ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Tema:

IMPORTACIÓN DE INSUMOS TEXTILES PARA LA CREACIÓN DE UNA MARCA DEPORTIVA EN ECUADOR

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Negocios Internacionales

Línea de Investigación:

ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL

Autora:

Erika Lissette Peralta Chango

Director:

Mg. Marco Arturo Buestán Klein

Ambato – Ecuador

Julio 2026

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **ERIKA LISSETTE PERALTA CHANGO**, con cédula de ciudadanía **1850088483**, autora del trabajo de graduación titulado: "IMPORTACIÓN DE INSUMOS TEXTILES PARA LA CREACIÓN DE UNA MARCA DEPORTIVA EN ECUADOR", previo a la obtención del título profesional de **LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**, en la escuela de **CIENCIAS Y HUMANIDADES**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ambato, julio 2026

Erika Lissette Peralta Chango

C.C. 1850088483

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Tema:

IMPORTACIÓN DE INSUMOS TEXTILES PARA LA CREACIÓN DE UNA MARCA DEPORTIVA EN ECUADOR

Línea de investigación:

ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL

Autora:

Erika Lissette Peralta Chango

Marco Arturo Buestán Klein, Ing. Mg. f._____
CC. 1802331676
CALIFICADOR

Karla Lissette Flores Cevallos, Eco. PhD. f._____
CALIFICADOR

Natalia Carolina de la Torre Cabrera, Eco. Mg. f._____
CALIFICADOR

Verónica Leonor Peñaloza López, Ing. PhD. f._____
DIRECTORA ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr. Mg. f._____
PROSECRETARIO PUCE AMBATO

PUCE | AMBATO
PROSECRETARÍA

Ambato-Ecuador

Julio 2026

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme fortaleza y sabiduría durante todo este periodo de aprendizaje. A mis padres Edisson y Silvia, quienes con su amor, sacrificio y apoyo incondicional han impulsado mi desarrollo personal y académico. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba, este logro es tan suyo como mío.

A mis hermanos y familiares por ser mi apoyo, alegría y fortaleza en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por la bendición de poder prepararme profesionalmente, a mis padres por su sacrificio para darme las herramientas necesarias para alcanzar mis objetivos y construir mi futuro.

Del mismo modo, expreso mi más sincero agradecimiento a mi director de tesis por su orientación, conocimientos y acompañamiento durante el desarrollo de este trabajo.

Finalmente, agradezco a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato y su planta docente por su valiosa labor de formación académica.

RESUMEN

La investigación sobre la importación de insumos textiles para la creación de una marca deportiva en el país responde a la necesidad de entender cómo los costos elevados de producción, la limitada disponibilidad de materia prima técnica y la dependencia de distribuidores nacionales impactan en la competitividad del sector. En esta línea, los emprendedores que buscan desarrollar marcas propias enfrentan barreras logísticas, normativas y arancelarias que influyen en la operación y la calidad del producto final. Por dichas razones, el estudio es fundamental para dotar al empresario textil de herramientas que permitan identificar oportunidades de mejora en su cadena de suministro textil.

El objetivo general es consolidar una marca deportiva ecuatoriana con diferenciación competitiva y aprovechamiento estratégico de los tratados de libre comercio (TLC). El análisis es relevante para mejorar la eficiencia productiva y el posicionamiento de una marca nacional frente a la competencia extranjera. Además, el estudio es de tipo correlacional con enfoque mixto, circunstancia que permite profundizar los procesos de importación y comercialización del sector textil deportivo. Los métodos teóricos que se emplean son analítico-sintético e inductivo-deductivo, para establecer el vínculo entre factores logísticos, normativos y arancelarios, y su influencia en la viabilidad de una nueva marca.

En consecuencia, los resultados de la investigación proporcionan información estratégica para tomar decisiones oportunas en relación con los procesos de importación de insumos para la estructuración competitiva de una marca deportiva en Ecuador.

Palabras clave: *Materia prima técnica, cadena de suministro, diferenciación competitiva, marca ecuatoriana*

ABSTRACT

Research on the importation of textile raw materials for the development of an Ecuadorian sportswear brand addresses the need to understand how high production costs, the limited availability of technical textile materials, and dependence on domestic suppliers affect the competitiveness of the textile industry. In this context, entrepreneurs seeking to establish their own brands face logistical, regulatory, and tariff-related barriers that influence business operations and the quality of the final product. Therefore, this study provides textile entrepreneurs with practical insights to identify opportunities for improving their textile supply chains.

The main objective of this research is to establish a competitive Ecuadorian sportswear brand by leveraging strategic differentiation and the opportunities offered by free trade agreements (FTAs). The study is relevant because it seeks to improve production efficiency and strengthen the market positioning of a national brand in relation to foreign competitors. The research follows a mixed-methods approach with a correlational design, allowing for an in-depth analysis of the import and commercialization processes within the sports textile sector. The theoretical methods employed are the analytical–synthetic and inductive–deductive methods, which make it possible to examine the relationship between logistical, regulatory, and tariff-related factors and their influence on the feasibility of developing a new brand.

The findings provide strategic information to support timely decision-making regarding the importation of textile raw materials, thereby contributing to the competitive development of an Ecuadorian sportswear brand.

Keywords: *technical textile materials; supply chain; competitive differentiation; Ecuadorian brand.*

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO iii
DEDICATORIA iv
AGRADECIMIENTO v
RESUMEN vi
ABSTRACT vii
INTRODUCCIÓN 1
CAPITULO I : ESTADO DEL ARTE Y LA PRACTICA 4
1.1Gestión de la Importación de Insumos y Marco Normativo 4
1.2 Marcas deportivas y el Impacto de los Tratados de Libre Comercio 12
1.3 Competitividad Sostenible en Organizaciones 17
CAPITULO II: DISEÑO METODOLÓGICO 23
2.1 Tipo, enfoque y métodos de investigación 23
2.2 Población y muestra 36
2.3 Caracterización de los países proveedores para insumos textiles 37
2.4 Caracterización del mercado deportivo Ecuatoriano 40
CAPITULO III: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN 46
3.1 Análisis de los resultados del estudio de campo 46
3.2 Evaluación de la viabilidad técnica, económica y logística en la importación de materias primas textiles 53
3.3 Comprobación de la pregunta científica 62
CONCLUSIONES 64
RECOMENDACIONES 65

BIBLIOGRAFÍA.....66

ANEXOS.....75

INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más globalizado, el comercio internacional constituye un eje estratégico para el desarrollo de las industrias, este fenómeno no solo ha reconfigurado el flujo de mercancías, a través, de las fronteras, sino que ha redefinido por completo las reglas de la competitividad moderna.

Hoy en día, las naciones se enfrentan a la exigencia de una integración más profunda en sus cadenas de valor internacionales, donde la eficiencia no es una opción, sino un requisito de supervivencia. Bajo este contexto, la industria textil y de la confección ha evolucionado hacia la especialización y la eficiencia logística; esta capacidad de adaptación y resiliencia se muestra como un factor determinante para que el sector logre transitar de la manufactura tradicional hacia una industria de alto valor agregado.

La transformación no ocurre en el vacío; se fundamenta en lo que la academia denomina capacidades dinámicas. Según Rueda, Sigala, y Zapata (2022), a partir del análisis de las teorías dinámicas de Teece, manifiestan que estas capacidades se construyen desde el aprendizaje continuo, la historia de la propia organización y la transformación del conocimiento en productos diferenciados. Dicha teoría cobra relevancia al observar el crecimiento de nuevos segmentos de mercado como el deportivo y el *athleisure*.

En este nicho, las empresas ya no pueden limitarse a producir ropa; deben tener la agudeza administrativa para detectar las nuevas exigencias del consumidor postpandemia, aprovecharlas mediante una gestión estratégica de recursos e insumos, y transformar sus activos tangibles e intangibles para crear una propuesta de valor que se distinga de la competencia global.

Al aterrizar este análisis en el marco ecuatoriano, el crecimiento de la industria y el desarrollo de marcas propias se ven condicionados por restricciones estructurales severas, como es el caso del limitado acceso a insumos y materias primas de alta calidad, lo cual restringe la capacidad productiva y eleva los costos de manufactura de manera preocupante.

Esta realidad se hace tangible al analizar el panorama sectorial, conforme a los datos de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (2024), se aprecia una caída del 13,7% en valor y un 31,4% en volumen de importación de productos textiles, en contraste con un incremento en el ingreso de productos terminados. Este comportamiento no solo confirma la contracción del sector, sino que evidencia un "efecto desplazamiento" del productor local, quien debe luchar contra una oferta extranjera que llega en condiciones de escala superior.

Dicha tendencia es un síntoma de un problema más profundo que se ha mantenido en el tiempo, de acuerdo con las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2026) el sector textil registra una producción y ventas 1,37% más bajas con respecto al año anterior, lo que demuestra una falta de diferenciación frente a productos importados ya consolidados. Asimismo, existe una baja conexión entre las oportunidades comerciales derivadas de los Tratados de Libre Comercio (TLC) y las estrategias empresariales nacionales. Esta desconexión impide aprovechar plenamente los beneficios arancelarios y logísticos disponibles, lo que deja a la industria ecuatoriana en una posición de desventaja frente a competidores internacionales que sí gestionan sus cadenas de suministro con alta precisión técnica.

A partir de los datos previamente referidos, se identifica que la limitada integración en el acceso a insumos importados, sumada a la debilidad en las estrategias de diferenciación, dificulta el desarrollo del sector textil en el país. Ante este escenario, surge la necesidad de profesionalizar la administración en las microempresas, especialmente las pertenecientes a la ciudad de Ambato, donde la industria es el motor de la sociedad. De esta problemática se desprende la pregunta científica que guía este trabajo: ¿Cuál es el impacto económico de los tratados de libre comercio en los costos de importación de insumos y cómo esto influye en la rentabilidad y calidad de una nueva marca deportiva ecuatoriana?

En respuesta a dicha problemática, este proyecto de investigación tiene como objetivo general consolidar una marca deportiva ecuatoriana con diferenciación competitiva y aprovechamiento estratégico de los acuerdos comerciales vigentes. Se alinea

estrictamente con la línea de investigación "Administración Eficiente y Eficaz de las Organizaciones para la Competitividad Sostenible Local y Global". Se justifica por la urgencia de dotar al empresario, que busca consolidar una marca, de herramientas para navegar el sistema aduanero, optimizar costos y transformar la materia prima importada en un producto que compita por su tecnología y no solo por su precio.

Para alcanzar este propósito, la investigación adopta un enfoque metodológico mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas. El estudio tiene un diseño no experimental, correlacional y de corte transversal. Además, se emplean métodos teóricos como el inductivo-deductivo y el analítico-sintético, para desglosar los factores del problema para luego reintegrarlos en una conclusión sólida.

Las tareas específicas son:

1. Fundamentar teóricamente los requisitos de importación de insumos textiles en zonas de libre comercio y análisis de tendencias internacionales y nacionales en marcas deportivas.
2. Diagnosticar el mercado deportivo ecuatoriano considerando el impacto de los tratados de libre comercio en los procesos de importación.
3. Evaluar la viabilidad técnica, económica y logística en la importación de materias primas textiles, asegurando la competitividad y calidad de los productos finales.

Para la fase práctica, se emplean encuestas y entrevistas a expertos del sector, como son los importadores textiles, distribuidores y fabricantes reconocidos del área textil deportiva de la ciudad de Ambato.

CAPITULO I: ESTADO DEL ARTE Y LA PRACTICA

1.1 Gestión de la Importación de Insumos y Marco Normativo

La importación constituye parte esencial del comercio internacional y del derecho aduanero al involucrar el ingreso legal de mercancías desde el extranjero hasta el territorio nacional. Desde la perspectiva jurídica, Rivera (2021) la define como la entrada legal de mercancías, bienes o servicios desde un territorio aduanero a otro, siempre y cuando se cumpla rigurosamente la normativa vigente establecida por la ley nacional e internacional. A partir de lo expuesto, se considera que la importación no se encuentra limitada a una mera transacción comercial, sino que se trata de un procedimiento jurídico-aduanero que regula la legalidad de los bienes para el ingreso y comercialización de los mismos en el territorio nacional.

La importación requiere una gestión que considere los aranceles y medidas de defensa comercial impuestas por el Estado para proteger la industria nacional. En este contexto, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, regula las políticas orientadas a equilibrar el mercado y proteger los sectores productivos locales frente a las prácticas de comercio internacional, para asegurar un entorno de competencia justa (COPCI, 2025a).

La creación de una marca deportiva, no solo involucra un buen diseño o publicidad en el mercado nacional, existen otros factores que influyen legal u operacionalmente; como es el caso de la estructura de costos y la rentabilidad dentro de la cadena productiva del sector textil, estas están vinculadas a normativas de importación, mismas que dictan desde cómo debe venir etiquetado un producto hasta el tiempo que la mercadería queda retenida en la aduana.

El desempeño de las empresas textiles depende de su eficiencia logística y conocimiento normativo, estos factores impactan de forma crítica en el cronograma de producción y entregas. Según sostienen Valencia, Tinto, y Ortega (2025), la operatividad de las empresas textiles en Tungurahua está ligada a la gestión de los trámites ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) y el cumplimiento de lo dispuesto por el Comité de Comercio Exterior (COMEX), cualquier falla en la

gestión frente a estas instituciones paraliza la producción y afecta significativamente el posicionamiento de una marca.

Las operaciones aduaneras se sustentan en el sistema Ecuapass y la Nomenclatura Arancelaria Común de los países miembros de la Comunidad Andina (NANDINA). En este contexto, la clasificación arancelaria es un proceso técnico y legal de alta complejidad, implica asignar un código numérico exacto a la mercancía, mismo que determina el pago de tributos como el arancel Ad Valorem, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 15% y la contribución al Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA).

Los insumos deportivos que se consideran en la investigación se clasifican bajo las subpartidas arancelarias NANDINA 6004.10.00.00 (con un contenido de hilados de elastano superior o igual al 5% en peso, sin hilos de caucho) y 6006.32.00.00 (tejidos de punto teñidos), ambas subpartidas están amparadas en el régimen tributario general aplicable al Capítulo 60 “Tejidos de Punto” del Arancel del Ecuador. El capítulo establece un Ad Valorem del 20% sobre el valor CIF de la mercancía, FODINFA del 0.5% sobre la base imponible de la importación y el IVA del 15%, cabe señalar que se debe considerar el Impuesto a la Salida de Divisas ISD que corresponde al 5%.

En este sentido, la correcta clasificación arancelaria es fundamental para la eficiencia, la legalidad y viabilidad económica de la operación. Si durante este proceso no se cumple con la normativa aduanera, pueden generarse diversos riesgos que afectan la competitividad de un proyecto. Entre los principales riesgos se encuentran los errores de clasificación arancelaria, los cuales pueden llevar a que la mercancía sea embargada hasta que se defina la subpartida correcta, lo que genera retrasos, multas, aumento de costos. Además, si una clasificación errónea ocasiona el pago inferior de tributos, la importación deriva en sanciones severas por defraudación aduanera. En este sentido, de acuerdo con el COPCI (2025a), para determinar los tributos de forma correcta se debe considerar el precio pagado, flete y seguro.

A estos riesgos se suman los errores en la valoración aduanera, los cuales generan procesos de fiscalización, recargos e inclusive procesos sancionatorios; se

encuentran, también, los riesgos de incumplimiento documental, los cuales, según Martínez, Avilés, Macías, y Santillán (2024) provocan que las mercancías sean descartadas o destruidas. Finalmente, el incumplimiento de restricciones no arancelarias, como licencias o permisos obligatorios, puede impedir totalmente el ingreso de la mercancía al país (COPCI, 2025a).

Una vez verificada la clasificación arancelaria, el cumplimiento documental y las restricciones, la mercancía continúa con el proceso de nacionalización, en este punto, la mercancía puede atravesar diversos canales de aforo: automático (liberación inmediata), documental (revisión de facturas y certificados) y físico (inspección visual de la mercadería) (COPCI, 2025b). Estos procedimientos influyen directamente en la creación de una marca, debido a que la disponibilidad oportuna de insumos textiles depende de la eficiencia del despacho aduanero.

No obstante, más allá de la eficiencia operativa en el despacho aduanero, el origen geográfico de los insumos y los acuerdos comerciales permiten fortalecer la competitividad de una marca.

En este contexto, los beneficios arancelarios de la Comunidad Andina (CAN) representan una de las herramientas de competencia más poderosas para las PYMES en Ecuador, este bloque regional funciona como una zona de libre tránsito preferencial basada en el principio de complementariedad económica entre Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia; los productos de estos países se comercializan de forma más sencilla, directa y a menor costo. Para esto, el Certificado de Origen es lo que activa esta ventaja y acredita que el producto ha sufrido una transformación sustancial en territorio andino, lo que permite al importador acceder a la liberación arancelaria.

En general, los beneficios arancelarios representan una ventaja en los procesos de importación, pero para acceder a estos, se debe cumplir con ciertos requisitos, como es, la existencia de un acuerdo vigente y que la partida arancelaria del producto a importar esté incluida en el programa de desgravación.

Otro requisito a considerar, es el cumplimento de las reglas de origen contempladas en cada acuerdo. Por lo general, entre las reglas se encuentran: el totalmente obtenido

en el país, como es el caso de productos agrícolas; la transformación sustancial, cuando se emplean insumos de terceros países y estos sufren un cambio de clasificación arancelaria suficiente para cumplir con el Valor Contenido Regional (VCR); el de minimis, que es la tolerancia de materiales no originarios que no alteran la clasificación arancelaria; y el criterio de acumulación, que suma los procesos productivos entre los países socios del acuerdo.

El tercer requisito es la presentación del certificado de origen; el cual es tramitado por el exportador y emitido por la autoridad competente. Dicho certificado debe emitirse en su formato original y con el sello oficial de la autoridad emisora; los datos deben coincidir con la factura comercial y *packing list*; y el certificado puede cubrir una o más mercancías en un mismo envió. En el caso de la CAN, acorde a la Secretaría General de la Comunidad Andina (2024)la emisión del certificado de Origen se realizará mediante el formulario de la Resolución 2455, el cual exige datos como el número de certificado, país exportador e importador, NANDINA, denominación de mercancías, número de factura comercial y norma de calificación de origen.

En el cuarto requisito para acceder a los beneficios arancelarios, se contempla el transporte o envío directo de la mercancía entre las partes involucradas en el acuerdo; y finalmente, se debe solicitar el beneficio arancelario mediante la Declaración Aduanera de Importación (MIPRO, 2023).

Este mecanismo resulta fundamental para el encadenamiento productivo, debido a que facilita el uso de materiales y acabados de alta resistencia, procedentes de países vecinos, con una carga tributaria nula, De esta manera, se mitigan los altos costos de transporte desde mercados lejanos y favorece a la creación de productos con valor agregado regional, los cuales son capaces de competir en precio y calidad frente a las importaciones de terceros países (Arpi-Mayta, 2025).

Dentro de las importaciones, un punto a considerar son las Regulaciones de Control Previo del COMEX, diseñadas para mitigar riesgos de subvaloración, y prácticas de competencia desleal como el dumping (venta de productos a pérdida con la intención de destruir a la competencia) conforme a lo establecido en el Art 72 del COPCI y

operativizado por la Resolución COMEX N°009-2022. Asimismo, el COMEX mediante resolución N°017-2023, establece que ciertos rubros textiles requieren licencias de importación ante el MIPRO y registros de operadores vigentes en el Ecuapass. Más allá de la declaración del importador, el Estado exige pruebas claras de la legalidad de las operaciones, con especial énfasis en la trazabilidad de la cadena de suministro para identificar el origen de la materia prima (Comité de Comercio Exterior, 2022, 2023).

Estas medidas de control forman parte del conjunto de limitaciones y restricciones aplicables al comercio exterior. En relación con el Art.82 del COPCI se establecen dos grupos de restricciones a la importación, por un lado, están las restricciones arancelarias o tributos al comercio exterior; y las restricciones no arancelarias que incluyen licencias, prohibiciones de importación, reglamentaciones técnicas INEN y demás aspectos contemplados en la normativa (COPCI, 2025).

Para los insumos textiles (6004.10.00.00 y 6006.32.00.00) no se muestra una prohibición vigente, ni está sujeta a control previo conforme RTNE INEN 013, esta normativa establece que todo producto textil o calzado deportivo terminado debe portar una etiqueta que proteja el derecho a la información del consumidor, su cumplimiento incluye tres ejes fundamentales: la declaración exacta de la composición (diferenciando fibras naturales de sintéticas como el poliéster o el elastano), las instrucciones de cuidado mediante simbología normalizada (lavado, secado, planchado) y la identificación clara y visible del país de origen y del importador.

Además, conforme al Acuerdo ministerial MPCEI-MPCEI-2026-0012-A, el umbral de duda razonable para las subpartidas son 7 USD FOB/KG para subpartida 6006.32.00.00 y 4 USD FOB/KG para subpartida 6004.10.00.00; del mismo modo, por disposición de la Resolución COMEX N° 007-2014, los textiles, confecciones y calzado están exentos del Certificado de Reconocimiento INEN aplicable a productos menores de USD 2 000.00 FOB mensuales (Registro Oficial del Ecuador, 2026).

Desde otra arista enfocada a la logística, los cambios en los fletes marítimos luego de la pandemia y la inestabilidad en la adquisición de suministros globales, han

transformado la proporción del tiempo exacto por una gestión de inventarios más robusta. El importador debe esperar entre 35 y 60 días para que lleguen sus productos, lo que afecta significativamente al flujo de caja, al capital de trabajo y a la exposición al riesgo cambiario, dicha situación obliga a las organizaciones a desarrollar una logística de previsión mucho más rigurosa.

Bajo estas condiciones, el análisis del impacto logístico, que abarca fletes internacionales, seguros y manejo portuario, debe realizarse bajo la teoría de Capacidades Dinámicas. Autores como Teece y Pisano sugieren que, en entornos volátiles, las organizaciones exitosas son aquellas capaces de reconfigurar sus recursos ante choques externos, como nuevas salvaguardias o cambios en las tarifas de los depósitos temporales (Rueda et al., 2022). La importación en el sector deportivo no es solo abastecerse de materia prima, también se debe tomar en cuenta los costos de importación.

Cualquier imprevisto en los costos o la retención de la mercadería en aduana por falta de documentos compromete la solvencia del negocio. Ante dicha situación, es imperativo aprovechar los beneficios arancelarios y verificar que el precio final garantice un margen de utilidad adecuado. De esta manera, se asegura que la propuesta de valor sea económicamente sostenible, competitiva y se ajuste a las exigencias del mercado nacional.

Desde una perspectiva normativa, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) es un instrumento soberano de política económica que el Estado utiliza para equilibrar la balanza comercial, fortalecer la industria manufacturera local y promover la importación de bienes de capital e insumos que no se produzcan en el país o cuya producción nacional sea insuficiente en calidad o cantidad para satisfacer la demanda industrial de alto nivel. Esto es importante para el sector textil, donde la tela técnica para ropa deportiva necesita cumplir propiedades físicas específicas como elasticidad multidireccional, capilaridad avanzada y resistencia a la fricción; medidas prácticamente inexistentes en la oferta de los textiles locales.

No obstante, la importación de insumos no se limita a la evaluación de costos y oportunidades comerciales, sino también amerita una postura estricta frente al cumplimiento de responsabilidades aduaneras. Para profundizar en la severidad del control aduanero y la responsabilidad del importador, es necesario analizar el Artículo 190 sobre las infracciones:

> Art. 190.- Contravenciones. Constituyen contravenciones las siguientes acciones u omisiones: (...) g) Obstaculizar o impedir acciones de control aduanero, ya sea por actos tendientes a entorpecer la actividad del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o por negarse a colaborar con las investigaciones que se realicen; i) No presentar los documentos de acompañamiento conjuntamente con la declaración aduanera, si corresponde conforme a la modalidad de despacho asignada a la declaración, por parte del propietario, consignante o consignatario; salvo los casos en que los documentos sean susceptibles de respaldarse en una garantía; y, k) La sobrevaloración o subvaloración de las mercancías cuando se establezca en un proceso de control posterior. La existencia de mercancías no declaradas cuando se determine en el acto de aforo. Siempre que estos hechos no se encuentren sancionados conforme los artículos precedentes (Asamblea Nacional, 2015, p. 53).

Este artículo muestra las sanciones que, sumadas a la realidad tributaria actual de un incremento al 15% del IVA, pueden afectar significativamente a la rentabilidad de la operación, lo que modifica la estructura de costos y el punto de equilibrio de cualquier proyecto de emprendimiento.

Para un importador de insumos textiles en la ciudad de Ambato, este incremento del 3% adicional (pasar de un 12% al 15%) no representa un gasto menor o una cifra contable aislada; es un impacto directo a la liquidez operativa en el momento exacto de la nacionalización de las mercancías a través del sistema Ecuapass. Para ello, es fundamental entender el mecanismo del Crédito Tributario definido en la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI); aunque el IVA es técnicamente recuperable en la

cadena de ventas, el desembolso inicial en la aduana genera un costo de oportunidad financiero que las MIPYMES textiles deben mitigar con una planificación de flujo de caja extremadamente rigurosa.

El informe del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2026),sostiene que el sector manufacturero textil en la zona central del país se caracteriza por una estructura donde los establecimientos corresponden a microempresas. Estas unidades productivas han mostrado un crecimiento sostenido en su formalización, es decir, representan un eje fundamental para la generación de empleo local. Sin embargo, su vulnerabilidad ante cambios arancelarios, reformas tributarias y fluctuaciones del costo de materias primas importadas es significativamente mayor debido a sus limitadas economías de escala y su baja capacidad de negociación frente a proveedores internacionales.

Desde una perspectiva de la administración financiera y de riesgos, el manejo de inventarios de materia prima importada se vuelve un factor crítico de éxito. En Tungurahua, la volatilidad de los fletes marítimos y las crisis logísticas globales obligan a los emprendedores a abandonar el modelo "Just in Time" (Justo a Tiempo) por uno de "Just in Case" (Por si acaso), lo que incrementa los niveles de stock de seguridad (Yu, Wong, Jacobs, y Chávez, 2024). Este cambio de paradigma requiere una mayor capacidad de financiamiento bancario, lo que introduce el riesgo de tasas de interés variables que pueden erosionar el margen de utilidad si no se gestionan mediante coberturas financieras.

En efecto, la gestión para la importación de insumos textiles en el Ecuador no debe entenderse simplemente como un proceso administrativo de compra, sino como una auditoría operativa de riesgos constante. Si bien la digitalización mediante el sistema Ecuapass ha optimizado el tiempo para los procesos de importación, también ha elevado el estándar en la precisión documental exigido por el SENAE, en el que cualquier inconsistencia técnica en la descripción arancelaria activa canales de revisión física, los cuales incrementan los costos de bodegaje y logística, e influyen directamente en la rentabilidad neta del proyecto (Calle, 2025)

1.2 Marcas deportivas y el Impacto de los Tratados de Libre Comercio

La manufactura de prendas deportivas de calidad demanda insumos especializados como microfibra con protección UV, membranas de transpirabilidad o polímeros elásticos de alta densidad que no forma parte de la oferta productiva nacional. Investigaciones de Singhal (2023) destacan que la dependencia de estos materiales técnicos es una realidad para los países en vías de desarrollo. Para autores como Jaramillo y Tonon (2023), los tratados son la única vía legal para conseguir materia prima a un precio que permita tener ganancia real y evitar márgenes negativos de rentabilidad.

Los TLC no deben verse solo como documentos diplomáticos; representan instrumentos estratégicos que permiten a la empresa acceder a materias primas de alta tecnología sin el peso de los impuestos de una importación tradicional que normalmente detienen el crecimiento de los pequeños talleres. Para que una marca compita de manera efectiva frente a gigantes globales, debe basar su estrategia en el aprovechamiento de los tratados de libre comercio (TLC), convirtiendo esta normativa internacional en una ventaja comparativa que le permita sobrevivir y escalar en un mercado altamente saturado. Una correcta aplicación de los TLC permite que las PYMES puedan comprar maquinaria moderna y telas de alta tecnología en países con los que mantiene acuerdos, sin que el precio se eleve por culpa de los aranceles.

La gestión inteligente de los tratados internacionales permite aprovechar los descuentos en impuestos, factor determinante para la sostenibilidad económica de las marcas; esta ventaja brinda el poder de ofrecer precios finales que el consumidor esté dispuesto a pagar. Como señala Singhal (2023),el éxito de una nueva marca deportiva depende de su capacidad de absorber esta tecnología extranjera e incorporarla en los procesos de confecciones locales. Además, si el emprendedor entiende cómo funcionan los plazos de desgravación del tratado (cuando baja el impuesto a cero según cronograma acordado entre países), asegura que su marca sea sostenible y evite afectar su sostenibilidad financiera por costos inesperados. Esto le da a la empresa una ventaja significativa frente a quienes compran insumos de forma improvisada en el mercado local sin conocer el origen de la tela.

Las reglas de origen son los requisitos que permiten demostrar dónde se fabricó un producto, es decir, son las condiciones que este debe cumplir para ser considerado originario de un país socio. Gracias a la acumulación de origen permitida por la Comunidad Andina CAN, una marca en Ambato puede usar hilos colombianos o peruanos y seguir beneficiándose de cero impuestos, esto permite que la marca sea un producto regional de alta calidad que puede venderse en Ecuador y también en los países vecinos, esto amplia significativamente el alcance del mercado y el aprovechamiento de las preferencias arancelarias vigentes (Secretaria General de la Comunidad Andina, 2024).

El crecimiento de la marca debe enfocarse en la capacidad de mantener una posición competitiva en el mercado y ser rentable a largo plazo, es decir, ser mejor que la competencia no solo en precio. Por lo tanto, no se debe competir solo por ser la más barata, sino por ser la mejor en su categoría. En este contexto, Teece y Pisano definen las Capacidades Dinámicas como la habilidad de la empresa para cambiar de rumbo cuando el mercado es volátil; la toma de decisiones ante momentos críticos es la que garantiza que una marca deportiva se mantenga sostenible en el tiempo y no sea solo un negocio de un solo día (Rueda et al., 2022).

El desarrollo de una marca deportiva está protegido por las leyes de Propiedad Intelectual que se contemplan dentro de los mismos tratados de comercio. Al respecto Valencia et al. (2025), concluyen que la supervivencia de una marca depende de su habilidad para navegar estas normativas internacionales y convertirlas en una estrategia de ahorro. En este sentido, cuando se diseña un modelo único o se crea un logotipo, los TLC obligan a que esos diseños sean respetados, y evita que otras empresas los copien sin permiso o que entre mercadería falsificada que dañe el prestigio de la marca local, esto le asegura al empresario que su inversión está segura (Sun, Shi, y Zhou, 2024).

El desarrollo de una marca deportiva competitiva en el mercado global contemporáneo ya no depende únicamente de la estética del diseño o de una campaña de marketing agresiva en redes sociales, sino de la solidez de la base técnica, la trazabilidad de sus insumos y el talento humano especializado que la respalda.

En la industria textil del siglo XX, el trabajador era valorado por su destreza física y su capacidad de repetición en maquinaria mecánica de costura recta. No obstante, con la irrupción de la Industria 4.0, el paradigma ha cambiado hacia una economía del conocimiento y la hipertecnificación de los procesos. La tecnología de punta ha desplazado al ser humano en las tareas mecánicas, peligrosas y repetitivas como el corte de piezas manual, pero ha vuelto al trabajador irreemplazable en las áreas de gestión del pensamiento estratégico: el diseño ergonómico basado en estudios de biomecánica deportiva, la programación (CAD/CAM) y el análisis de tendencias predictivas mediante el uso de herramientas de Big Data e Inteligencia Artificial (Rathore, 2022).

La industria textil de Tungurahua ha pasado de ser un sector de manufactura básica a ser un sector de mentefactura, donde el valor se genera en el estudio anatómico y la personalización masiva de las prendas mediante software de simulación 3D, reduciendo la necesidad de muestras físicas y, por ende, el desperdicio de tela.

Este capital humano altamente tecnificado es el factor decisivo que permite aprovechar de forma estratégica el Tratado de Libre Comercio con China (2023). Este acuerdo, en su Artículo 3.4 sobre Acceso a Mercados, indica:

> Cada Parte eliminará o reducirá sus aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias de la otra parte de conformidad con el cronograma de desgravación adjunto. Una mercancía será considerada originaria si: a) es obtenida en su totalidad o producida íntegramente en el territorio de una Parte; o b) ha sido producida a partir de materiales no originarios, siempre que estos hayan sido objeto de una transformación sustancial que resulte en un cambio de clasificación arancelaria (Salto de Partida) y que el proceso de producción añada un valor económico real en el territorio nacional. (MIPRO, 2023).

Bajo este marco normativo de apertura comercial, se potencia el fenómeno global del *athleisure*. Como explican detalladamente Masías y Castro (2021),esta macrotendencia ha borrado definitivamente la línea divisoria entre la vestimenta técnica de alto rendimiento deportivo y la moda de uso diario urbano. El consumidor

moderno en Ecuador busca prendas versátiles que ofrezcan confort térmico en ambientes de oficina y una funcionalidad elástica superior en el gimnasio.

Para lograr este estándar de clase mundial, la industria manufacturera de Ambato depende críticamente de la importación de insumos especializados que el mercado local no provee: hilos con elastano (Lycra) de alta recuperación, poliamidas de tacto frío y textiles que integran propiedades antibacteriales, protección contra rayos UV, repelencia al sudor y sistemas de secado ultra rápido o "Dry-Fit" , que solo se consiguen con costos competitivos bajo el amparo de los beneficios arancelarios del TLC, el poder hibridar estos materiales importados con el diseño local es lo que define la nueva frontera de competitividad en la Sierra ecuatoriana.

La competitividad nace entonces de una integración estratégica: importar la materia prima de alta tecnología del mercado extranjero con arancel reducido y aplicar la creatividad del diseño ergonómico y la confección de precisión ecuatoriana. Esto garantiza que el producto final no sea solo una prenda de vestir, sino un equipo técnico de alto nivel que porta con orgullo el certificado de origen nacional para competir cara a cara con marcas transnacionales líderes.

Para que una marca deportiva en Ecuador trascienda del nivel de un taller de confección y se convierta en una organización competitiva a nivel global, debe entender profundamente la psicología del consumidor post pandemia. Según el estudio de Lu y Pan (2025),el consumidor actual ha pasado de una compra impulsiva basada en el precio a una "compra con propósito".

Este cambio sociológico introduce la necesidad imperativa de implementar sistemas de logística inversa dentro de la estrategia de competitividad sostenible, este tipo de logística no se limita simplemente a la gestión de devoluciones por fallos de fábrica; se define como el proceso integral de planificación, implantación y control eficiente del flujo de productos, materiales e información relacionada, desde el punto de consumo hasta el punto de origen, con el objetivo de recuperar su valor o asegurar su correcta eliminación final (Silva, Hurtado, y González, 2021).

La competencia se ve reforzada por la aplicación de la inteligencia comercial aduanera, es decir, no importar telas por impulso; los gerentes de las MIPYMES textiles en Ambato deben analizar el Arancel Nacional del Ecuador para determinar si puede acogerse a regímenes especiales de importación, como la Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Régimen 21). Este sistema permite la importación de insumos con suspensión del pago de tributos, siempre que estos sean transformados y posteriormente exportados como producto final. Este nivel de conocimiento técnico-normativo es lo que eleva a una marca de un nivel de subsistencia local a un nivel de expansión global.

La Gestión de Operaciones dentro del sector textil de Tungurahua ha evolucionado hacia un modelo de Agilidad Organizacional, la competitividad ya no depende solo de la capacidad instalada (maquinaria), sino de la Velocidad de Respuesta (Lead Time). Una marca deportiva que importa insumos desde China debe gestionar una cadena de suministro que dura entre 45 y 60 días de tránsito marítimo. Este desfase temporal exige una planificación de la demanda basada en algoritmos predictivos. Como sostienen Sánchez, Pinto, y Camarena (2025), el uso de herramientas de *Business Intelligence* (BI) permite a los pequeños empresarios de Ambato predecir qué colores y tallas tendrán mayor rotación según el comportamiento de las redes sociales para optimizar el pedido de insumos y evitar el sobrestock.

La Biometría aplicada al diseño se presenta como una frontera inexplorada para la competitividad local, esto cambia la propuesta de valor: ya no se vende "ropa", se vende tecnología y comodidad para el rendimiento humano. Este enfoque es el que permite a una marca local justificar un precio preferencial frente a las importaciones de bajo costo que inundan el mercado, es decir, cimentar su éxito en la calidad superior y la especialización funcional.

El proceso de una marca deportiva nacional competitiva necesita pasar de la manufactura básica a la "mentefactura" mediante el uso estratégico de la tecnología. En este sentido, la competitividad en zonas industriales como la Sierra Central depende de una logística de proximidad altamente eficiente. Margarita et al. (2025) destacan que los costos ocultos en el transporte y la división de carga desde los

puertos principales hacia el punto de destino final, pueden elevar el costo unitario del producto si no existe una administración centralizada, por ende, la selección estratégica de los términos de negociación es vital para la supervivencia del negocio.

1.3 Competitividad Sostenible en Organizaciones

La competitividad sostenible representa el pilar fundamental sobre el cual se asienta la estructura de las organizaciones contemporáneas, especialmente aquellas inmersas en el sector textil de la provincia de Tungurahua. Este concepto no debe limitarse únicamente a la capacidad de una empresa para generar rentabilidad, debe velar por mantener y mejorar su posición en el mercado global, al integrar de manera armónica el crecimiento económico, la responsabilidad social y la preservación ambiental. La competitividad sostenible se define como un modelo en el que las empresas se vuelven fuertes desde adentro, es decir, en su país mediante el aprovechamiento de los recursos locales frente a las exigencias globales**.** Referente a esto los autores Valencia et al. (2025) señalan que la competitividad en el sector textil ecuatoriano ya no depende exclusivamente de la reducción de costos de mano de obra, más bien de la capacidad de la organización para gestionar el conocimiento, innovar procesos y adaptarse a los marcos normativos internacionales que rigen el comercio moderno.

Para que una empresa sea mejor que su competencia y mantenerse en esa posición, no puede hacer las mismas cosas de siempre tiene que reorganizarse desde adentro, debe procurar ser el único, difícil de imitar y convertirse en el mejor. En el caso de marcas deportivas, la competitividad se construye a través de la diferenciación y la especialización técnica. Autores como Singhal (2023) argumentan que la competitividad sostenible en la industria de la indumentaria deportiva depende de la integración de tecnologías avanzadas en los materiales, lo que permite que el producto nacional sea percibido como superior o igual a las marcas globales importadas.

La globalización y la apertura de mercados muestran que el mercado ya no es solo local, la empresa debe estar lista para las conexiones globales y defenderse del entorno con el que compite. La firma de acuerdos comerciales con potencias como China y la Unión Europea obliga a las empresas locales a elevar sus estándares de calidad para evitar ser desplazadas del mercado interno. Según lo planteado por

Zhigue y Arias (2025)), la competitividad sostenible se logra cuando el marco legal y normativo del país actúa como facilitador y no como un obstáculo. En este enfoque, los incentivos fiscales y descuentos impositivos del COPCI (2025a) permiten que una empresa sea competitiva de manera sostenible cuando logra reinvertir sus ahorros en el desarrollo de nuevos productos y en la mejora de las condiciones laborales de sus colaboradores.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2025), se observa que las organizaciones que logran una administración eficiente de sus recursos y una reducción en sus gastos operativos son las que mantienen una trayectoria de crecimiento sostenido. La dimensión técnica de la competitividad está intrínsecamente ligada al cumplimiento de normas de calidad internacionales y reglamentos técnicos locales. El respeto a normativas como las dictadas por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) asegura que los productos que ingresan al mercado, ya sean materias primas o productos terminados, cumplan con estándares de seguridad y transparencia informativa.

Según afirma Fang (2024) la competitividad moderna es una competitividad de confianza. El consumidor actual en el ámbito deportivo, busca marcas que sean sinceras respecto a las telas y proceso de fabricación de sus productos, una marca que gestiona correctamente su etiquetado y garantiza la transparencia en el detalle de sus insumos está construyendo una base de lealtad que asegura su permanencia en el mercado a largo plazo, factor que constituye la esencia misma de la sostenibilidad empresarial.

Una organización competitiva en Tungurahua es aquella que sabe cuándo diversificar sus proveedores dentro de la Comunidad Andina (CAN) para aprovechar la acumulación de origen y cuando invertir en tecnología china para mejorar su rendimiento productivo. Esta adaptabilidad de las empresas a los diferentes cambios les da oportunidades de un futuro éxito ante la presión de las importaciones masivas (Russo, 2024)

Los tratados de libre comercio de nueva generación exigen que las industrias reduzcan su huella de carbono y optimicen el uso de recursos naturales. En el sector industrial textil, esto significa la búsqueda de insumos que sean amigables con el medio ambiente y de procesos de teñido que minimicen la contaminación del agua. Como explican Lu y Pan (2025) la sostenibilidad ambiental ya no es solo una cuestión de ética, sino un requisito para acceder a mercados internacionales preferenciales. Las marcas deportivas que realizan su producción con el cuidado del ecosistema y medio ambiente, mejoran la reputación de su marca, atrayendo consumidores conscientes con el cuidado del medio ambiente y dispuestos a pagar un precio *premium* por productos que respeten el ecosistema. Esto crea un ciclo virtuoso de rentabilidad y responsabilidad que fortalece la estructura financiera de la organización.

El éxito de una marca deportiva nacional en Ambato depende del talento técnico de sus diseñadores y de la habilidad de sus operarios. La gestión competitiva involucra la inversión en la capacitación constante del personal para que puedan manejar maquinarias de alta tecnología importada bajo el amparo de los TLC. De acuerdo con Cornejo y Ruíz (2024), el fortalecimiento del tejido empresarial local a través de la formación profesional garantiza que la ventaja competitiva no se pierda con el tiempo. Una competencia sana es el motor para la importación de insumos, para el desarrollo estratégico de la marca y el compromiso con el entorno social y ambiental. Solo a través de esta visión general, las organizaciones ecuatorianas podrán enfrentar los desafíos del comercio global, lo que garantiza no solo su supervivencia, también su liderazgo en la industria textil actual.

La gestión de la competitividad en la provincia de Tungurahua debe ser analizada obligatoriamente desde la óptica de la Administración Eficiente y Eficaz, donde la sostenibilidad ya no es vista como un accesorio de relaciones públicas, sino como el eje central de la supervivencia del negocio en un mercado saturado. La normativa andina es el marco de referencia jurídico y estratégico esencial para esta visión de integración regional, específicamente la Decisión 414 de la Comunidad Andina (CAN) establece a la integración regional como instrumento fundamental para alcanzar un desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros, este proceso integrador

permite a los Estados y sus sectores productivos enfrentar de manera conjunta los desafíos de la globalización económica, fortalecer la posición de sus industrias en el mercado internacional y promover la complementariedad productiva basada en la eficiencia y la especialización regional (CAN, 1997)

La CAN (2025) analiza cómo la integración de las MIPYMES y sus alrededores, pueden formar consorcios estratégicos de exportación e importación. Al unirse bajo figuras asociativas legales (como redes de cooperación o clústeres textiles), los pequeños productores logran importar maquinaria pesada de última generación, sistemas de sublimación industrial de gran formato y tecnología de tejido circular con arancel cero entre países miembros de la CAN.

Esta asociación reduce drásticamente los costos fijos unitarios por concepto de logística, fletes internacionales y corretaje aduanero, permitiendo una tecnificación que sería financieramente imposible de costear de forma individual para una microempresa familiar. Al respecto, Villavicencio Marcia (2025) enfatiza que la eficiencia de estos clústeres reside en la transparencia administrativa y el control de calidad unificado.

Finalmente, el concepto de Economía Circular se instituye como el cierre lógico y necesario para cualquier modelo de gestión que pretenda ser relevante y rentable en la presente década. La economía circular se define técnicamente, alineada con los estándares internacionales de sostenibilidad (ISO 14001 y similares), como un sistema restaurativo y regenerativo por diseño. Según La Fundación Ellen MacArthur (2024) indica que:

> Un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido superior. Este enfoque busca romper el modelo lineal de "extraer-fabricar-desechar", extendiendo el ciclo de vida de los productos, reduciendo al mínimo absoluto la generación de residuos textiles (*scrap*) y disminuyendo drásticamente la huella de carbono y el impacto hídrico de la industria manufacturera. (Ellen MacArthur, 2024, p. 10)

En el ámbito de los negocios internacionales, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha dejado de ser una opción filantrópica para convertirse en un estándar de cumplimiento normativo y comercial exigido por los mercados globales. Para las marcas deportivas en Ecuador, la RSC se manifiesta en la garantía de condiciones laborales dignas y en la transparencia de la cadena de suministro. Esto implica asegurar que los insumos importados no provengan de fábricas que utilicen mano de obra infantil o condiciones de explotación (*sweatshops*) (Macchion, 2024).

La implementación de certificaciones internacionales, como OEKO-TEX® para textiles libres de sustancias nocivas o la certificación B Corp, otorga a las empresas un sello de distinción que facilita su inserción en plataformas de comercio electrónico global (Amazon, Shopify). Este enfoque ético no solo previene crisis de reputación, sino que fomenta la lealtad del cliente a largo plazo, quien asocia la marca con valores de integridad y respeto por los derechos humanos y ambientales. Como indica Pérez y Gómez (2023), hoy presenciamos un cambio de paradigma donde el precio ya no define totalmente un factor de compra, la ética y la sostenibilidad son el "nuevo lujo" en la industria de la moda deportiva.

La competencia de una marca deportiva nacional no se puede separar de la transformación. No basta con tener un punto de venta físico; la verdadera escala se alcanza con el comercio electrónico B2C *(Business to Consumer*). Esto permite a la marca obtener datos del consumidor (*First-party data*), eliminar intermediarios y aumentar el margen de contribución. Además, este modelo B2C es una herramienta estratégica para pequeñas y medianas empresas que cuentan con poco recurso financiero y de facturación (Matute, Viñansaca, y Capa, 2023).

El uso de estrategias de Growth Hacking en marketing digital ayuda a un emprendimiento familiar a competir con grandes corporaciones, dividiendo audiencias específicas interesadas en el fitness, el senderismo o el crossfit. La marca deportiva se convierte así en digital y la compra es solo una parte de una experiencia de usuario integral que incluye consejos de entrenamiento y comunidad (Chavarría y Medina, 2022).

La competitividad del sector de textiles se define antes del primer corte de tela: En la mesa de negociación internacional. La elección estratégica del Incoterm (*International Commercial Terms*) es vital para determinar el punto exacto de transferencia de riesgo y costo entre el proveedor y la marca. En la práctica de las MIPYMES, el uso de FOB (*Free On Board*) permite al importador tener el control total sobre el flete marítimo y el seguro, lo que permite negociar mejores tarifas y optimizar el costo total de adquisición (Sánchez et al., 2025).

Un análisis revela que la falta de conocimiento técnico en Incoterms como DDP (*Delivered Duty Paid*) puede esconder costos logísticos ineficientes que merman la rentabilidad del proyecto. Como señala Rodríguez y Reyes (2024) la maestría en la logística internacional es una barrera de entrada que protege a la industria nacional: quien sabe importar mejor, puede vender a precios más justos sin sacrificar la calidad técnica de los insumos. Esta pericia negociadora es la que permite a las empresas de la Sierra Central ecuatoriana embarcarse en las cadenas de valor globales con la agilidad de un actor internacional consolidado.

Finalmente, la duración de una marca deportiva en el mercado actual está vinculada a su capacidad de resiliencia frente a la presión fiscal y la volatilidad económica del entorno nacional. Morocho (2025) enfatiza que el incremento del IVA al 15% ha obligado a las empresas textiles a realizar una reestructuración rigurosa de costos, donde la eficiencia en el flujo de caja se convierte en el indicador de supervivencia más importante para la gerencia. En este entorno, la importación de textiles con propiedades inteligentes, como fibras con memoria técnica, elasticidad de alta recuperación o protección UV deja de ser un valor agregado opcional para convertirse en una estrategia de diferenciación necesaria. Ante un mercado nacional que enfrenta una contracción en la producción del 1.37%, la marca debe justificar su posicionamiento mediante la ciencia aplicada en sus materiales, de manera que el consumidor valore la durabilidad y la tecnología.

CAPITULO II: DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo está al análisis del proceso de importación de insumos textiles para la creación de una marca deportiva en Ecuador. El capítulo describe el diseño metodológico para el proceso de recolección y procesamiento de datos correspondientes a factores críticos como requisitos legales, estructura de costos y el impacto de los tratados comerciales. Paralelamente, evalúa el entorno del mercado nacional para definir la viabilidad técnica y financiera de la propuesta.

Con el propósito de sistematizar la metodología necesaria para estudiar el abastecimiento textil directo y la creación de una marca deportiva, el capítulo desglosa el tipo de investigación, enfoque, métodos, instrumentos, población y muestra que servirán de soporte para obtener información válida y pertinente.

2.1 Tipo, enfoque y métodos de investigación

La investigación planteada aborda el proceso de importación de insumos textiles para la creación de una marca deportiva en Ecuador desde un enfoque mixto. El componente cuantitativo se enfoca en evaluar factores como costos de importación y logística, precios de los insumos textiles, tiempo de importación, la demanda potencial y la comparativa de escenarios comerciales para importar. Por otro lado, el componente cualitativo permite interpretar la percepción de los actores clave en el sector textil, como importadores textiles, distribuidores de insumos, fabricantes y confeccionistas.

La aplicación de una metodología mixta permite comprender el problema desde diferentes perspectivas, es decir, cotejar lo que dice la teoría, los números y las opiniones de los involucrados para una explicación más robusta del fenómeno estudiado (Osorio y Castro, 2021).

La investigación a emplearse es de tipo descriptiva-explicativa. En una primera instancia, tiene un alcance descriptivo debido a que detalla aspectos como requisitos, documentos, TLC, procesos de importación y logística que conforman el proceso de importación de insumos textiles, lo que permite explicar cómo la importación directa de

textiles incide en la viabilidad para la creación de una marca, especialmente en factores como reducción de costos, mejora en calidad de materia prima y diferenciación

La metodología seleccionada denota complementariedad y solidez para la problemática planteada debido a que, por un lado, permite conocer y describir con exactitud las actividades, objetos, procesos e individuos involucrados, mientras que, por el otro, da razón de origen y causa de las variables estudiadas (Guevara, Verdesoto, y Castro, 2020).

El diseño de la investigación es no experimental con corte transversal, debido a que las variables serán analizadas en su contexto natural, sin manipulación por parte del investigador. Este diseño permite examinar, en un único momento, la situación actual de la importación de insumos textiles y su aplicabilidad para la construcción de una marca deportiva.

Para el tema planteado en la investigación, se emplea el método deductivo e inductivo. El método deductivo parte de teorías generales como el comercio internacional, la gestión de costos de importación y aprovechamiento de los tratados de libre comercio, para aplicarlos a la creación de marca deportiva ecuatoriana. El método inductivo permite analizar la información recolectada mediante encuestas y entrevistas para identificar aspectos relevantes relacionados con ventajas y limitaciones de la importación directa de textiles en Ecuador.

A nivel teórico, los métodos utilizados son el analítico-sintético, el cual permite dividir un problema en pequeñas variables para analizarlas detalladamente desde el origen, para luego relacionarlas lógicamente mediante una síntesis reconstructiva (Reyes, Damián, Ciriaco, Corimayhua, y Urbina, 2022).

Por el lado de la investigación de los mercados, se emplearán fuentes secundarias como artículos científicos, estadísticas del AITE, SENAE, COPCI, COMEX, acuerdos comerciales, informes de instituciones de comercio exterior y estudios relacionados con la importación de textiles y marcas deportivas.

En última instancia, a fin de captar información directa, se establece una investigación de campo mediante encuestas y entrevistas para actores clave dentro del sector textil de Ambato, como es el caso de los importadores, distribuidores de insumos textiles y a fabricantes o emprendedores dentro del sector de prendas deportivas.

Finalmente, la elección de los instrumentos para la recolección de información, constituye un medio fundamental para captar y estructurar datos en función a los objetivos planteados en la investigación (Castillo, 2021).

Tabla 1. Herramientas para la recolección de Información

Tipo de Información	Herramientas	Finalidad
Primaria	Encuestas	Conocer la percepción de los fabricantes y confeccionistas del sector textil de Ambato sobre viabilidad de la confección de prendas deportivas mediante el uso de insumos importados
	Entrevistas	Identificar los procesos, dificultades y criterios de los importadores textiles de la ciudad de Ambato considerando su incidencia en el abastecimiento, costos, calidad y competitividad del sector, así también, la realidad actual de la demanda, comercialización y disponibilidad de los insumos textiles.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Fuente
Importación (independiente)	**Requisitos de Importación**	- Documentación - Trámites aduaneros - Errores frecuentes en la importación textil	P4, P5	Entrevista
	Costos de Importación	- Incidencia de flete, seguro, aranceles, almacenamiento y transporte interno en el costo total	P6. P7	
	Logística Internacional	- Tiempo de importación - Riesgos logísticos - Conveniencia de Incoterms para empresa nueva	P8, P9, P10	
	Países Proveedores	- Conveniencia de importar desde China, Colombia, Perú u otros mercados - Criterios para seleccionar proveedores	P13, P14, P15	
	Tratados de Libre Comercio	- Beneficios derivados de los TLC (arancelarios)	P11, P12	
	Calidad de Insumos	- Características técnicas de las telas deportivas importadas	P16, P17	
Creación de marca (dependiente)	**Abastecimiento de materia prima**	- Uso de textiles importados o compra a distribuidores	P1, P3	Encuesta
	Calidad del Producto	- Influencia de la calidad con la aceptación del consumidor	P4, P10	
	Viabilidad productiva	- Conveniencia de trabajar con insumo importado	P7, P8	
	Diferenciación	- Capacidad para competir con productos extranjeros	P5, P11	
	Posicionamiento de marca	- Condiciones para ingresar y posicionarse en el mercado deportivo	P2, P9	

Fuente: Elaboración propia a partir de la definición de las variables

2.2 Población y muestra

La población considerada para la presente investigación está conformada principalmente por actores vinculados al sector textil y de la confección, delimitados territorialmente en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua; esta delimitación responde al liderazgo productivo que mantiene la provincia dentro del sector seleccionado. En este contexto, la población de estudio está integrada por importadores, distribuidores textiles, fabricantes, confeccionistas y emprendedores dedicados a la producción de prendas deportivas en la ciudad de Ambato. Asimismo, la base empresarial utilizada para el desarrollo del estudio corresponde al catastro identificado en el Observatorio de Negocios y Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Ambato.

Para la presente investigación, la muestra está conformada por 20 participantes, distribuidos en 5 entrevistas y 15 encuestas. Las entrevistas se aplican a actores claves vinculados a la importación y comercialización de textiles, por lo contrario, las encuestas están dirigidas a confeccionistas activos y emprendedores de prendas deportivas de la ciudad de Ambato.

La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico, intencional y por conveniencia debido a que el acceso está condicionado por la especialización del sector. Vizcaíno, Cedeño, y Maldonado (2023) manifiestan que el muestreo no probabilístico por conveniencia resulta eficiente cuando existen limitaciones de tiempo, recursos y acceso a la población total. Por su parte Reales, Robalino, Peñafiel, y Cantuña (2022) manifiestan que el muestreo intencional se emplea para seleccionar elementos que brindan mayor probabilidad de generar información adecuada, relevante y útil que se alinean con los objetivos de la investigación.

Si bien la fórmula para poblaciones finitas ayuda a calcular una muestra referencial de 96 encuestas con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 10%, en la investigación se aplican 15 encuestas debido al acceso real de los participantes y el alcance académico de la investigación. En definitiva, no se busca generalizar

estadísticamente los resultados obtenidos sobre el sector textil ecuatoriano, sino proponer una aproximación descriptiva sobre impacto de la importación de insumos para la creación de una marca deportiva en Ecuador.

2.3 Caracterización de los países proveedores para insumos textiles

En el marco del análisis de proveedores de materias textiles, se evalúa las alternativas más viables dentro del mercado. Para ello se considera aspectos clave como la disponibilidad de oferta para la industria de la confección y las facilidades logísticas que ofrecen para el abastecimiento de una marca deportiva.

La República Popular China se ha posicionado como el principal proveedor del mundo, caracterizado por su alta capacidad de manufactura con una economía de escala. Actualmente, el gigante asiático constituye un pilar estratégico de las cadenas productivas de la empresa; su relevancia trasciende el mero hecho de optimizar costos, sino que actúa como catalizador de innovación debido a que fomenta el acceso a una gran variedad de avances que aportan a la diferenciación y a terminar con el modelo de homogeneidad que predomina en la oferta actual.

Desde el punto de vista económico, China presenta un PIB per cápita de 13,810 USD a 2025, este se concentra principalmente en sectores como Servicios (56,7%) e Industria (36,5%). El país cuenta con una tasa de apertura comercial del 38.14%, con un total en exportaciones de 3.349.014 millones de USD e importaciones de 2.528.680 millones de USD, lo que significa un superávit comercial de alrededor de 815.210 millones USD (Ministerio de Asuntos exteriores, 2026).

En el 2024, China se ubicó como el mayor exportador de bienes, con un valor exportado de 3,59 billones de USD, esta dinámica de intercambios se afianza con el índice per cápita de exportaciones que maneja el país, mismo que asciende a 2.560 USD (Observatorio de Complejidad Económica, 2025a)

Conforme al OEC (2025) en el año 2025, China exportó materias textiles y sus manufacturas valoradas en 292 millones de USD. Por este desempeño, se posicionó como el cuarto producto más exportado de China (Observatorio de Complejidad Económica, 2025).

Acorde al informe sobre Perspectivas del mercado textil chino hasta 2030, el mercado está valorado en 55.720 millones de USD influido principalmente por el consumo interno sostenido y por el aumento de la demanda de exportaciones. En adición, el gobierno del país implantó un plan de incentivos para la industria textil, basado en dos factores: la modernización tecnológica y la sostenibilidad.

Las ciudades de, Guangzhou, Shanghái y Shenzhen conforman son líderes del mercado textil debido a su infraestructura, cercanía a los puertos más importantes del país y redes de suministro tecnificadas. Guangzhou encabeza el área de producción de materias primas, Shanghái posee un alto nivel de innovación y textiles de alto valor y finalmente Shenzhen se centra en producción de textiles técnicos (Khatreja, 2025).

Acorde el último boletín técnico de la Administración General de Aduanas, en el primer trimestre de 2026 las exportaciones textiles llegaron a un valor de 34.190 millones de USD, un aumento del 2.8% en exportaciones, en comparación al año anterior (China Textil Leader, 2026).Con enfoque en los textiles técnicos, la Aduana China establece que las exportaciones del textil técnico alcanzaron 7710 millones de USD con un incremento del 17.7% en contraste al año anterior 2025. Los principales mercados de exportación son Estados Unidos (880 millones USD), Vietnam (510 millones USD) y Japón (360 millones USD)(China Textil Leader, 2026b).

Otro de los mercados que ha mostrado crecimiento e innovación en el área textil es el de Colombia, en los últimos años el rubro del sector textil se posiciona como uno de ejes claves de las exportaciones no mineras energéticas del país.

Acorde a PROCOLOMBIA (2025), las cifras en exportaciones textiles ascendieron a un total de 200,7 millones de dólares en 2024, valor que evidencia la innovación y proyección internacional del sector. El sector textil colombiano ha recurrido a la diversificación de destinos de exportación y a la apuesta por la sofisticación y desarrollo de nuevas fibras.

Las exportaciones del bien estrella en telas y tejidos concentró un valor de 142,2 millones de USD, siendo Ecuador, México, Perú y Estados Unidos sus principales compradores. En segundo lugar, se encuentran los hilados por 35,8 millones USD.

Del mismo modo, las fibras alcanzaron un valor de 5.4 millones de USD impulsadas por una fuerte demanda por parte del mercado brasileño. Un aspecto relevante en las exportaciones es el relacionado a los encajes, que registró una valoración de 4.1 millones de USD con destinos como República Dominicana, Brasil y Hong Kong.

Por otro lado, según la Asociación Nacional de Comercio Exterior (2026) pese a los escenarios en contra, Colombia se ha expandido a nuevos mercados, lo que ha traducido en un crecimiento del 2% en la industria. El sector proyecta aumentar su valor debido al Mundial de Fútbol en países como Estados Unidos y México, que representan sus principales compradores textiles.

Al mirar de cerca, se define que los departamentos que lideran el sector textil son Antioquía (309.7 millones USD), Bogotá, Atlántico, Valle del Cauca, Cundinamarca y Santander. Asimismo, las empresas que destacan en exportación son Cannon de Colombia, Cristal, Manufacturas Eliot, Sociedad de Comercialización Internacional Girdle y Lingerie, Lafayette, Supertex y Enka.

Una nueva perspectiva ha colocado al sector textil peruano en la mira del mercado de materias primas y fibras. Perú se caracteriza por su enmarcada tradición productiva ligada a fibras naturales y su capacidad de abastecimiento nacional e internacional. El país presenta una industria textil caracterizada por fibras naturales de alto valor como algodón pima, algodón tangüis y la fibra de alpaca. Para Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2025) la oferta textil se posiciona internacionalmente por fibras premium reconocidas por origen, trazabilidad, resistencia, frescura y capacidad de adaptación a destinitos climas.

Para Molinedo y León (2025), las exportaciones peruanas en relación al sector de la confección llegaron a 1,181.8 millones de USD, mientras que el sector textil llegó a 458.4 millones de USD en el año 2024. Desde un enfoque global, Perú se ubica en el puesto 46 en exportaciones y a nivel de América Latina y el Caribe ocupa el sexto lugar. En relación con el sector textil ocupa el lugar 51 a nivel mundial y cuarto a nivel América Latina y El Caribe. Esto significa que los sectores han crecido anualmente entre 12.9% y 12.8% respectivamente desde 2020 a 2024.

Las exportaciones del sector textil se distribuyeron principalmente en fibras, tejidos, hilados, artículos textiles confeccionados, hilo de coser y otros textiles.

Tabla 3.Exportaciones textiles de Perú

TEXTIL	% DEL VALOR TOTAL
Fibras	29,8%
Tejidos	25,1%
Hilados	23,7%
Artículos textiles confeccionados	5,3%
Hilo de coser	0,03%
Otros textiles (telas no tejidas, redes de poliéster)	16,1%

Fuente: Tomado a partir de Molinedo y León (2025)

Los países de destino para el sector de confecciones son E.E.U.U (777.0 millones USD), Brasil (7.1 millones USD) y Canadá (51.8 millones USD), en cuanto, al sector textil son Colombia (74.1 millones USD), China (65.2 millones USD) y E.E.U.U (62.7 millones USD).

En este mismo año, Perú contabilizó en el sector de la confección 1.275 empresas exportadoras con presencia en 87 mercados internacionales, y 893 empresas exportadoras del sector textil con una presencia en 92 mercados extranjeros (Molinedo y León, 2025).

2.4 Caracterización del mercado deportivo Ecuatoriano

En el marco nacional, la industria textil representa el motor para el crecimiento e innovación de la manufactura. En el 2022, fue pilar de la economía nacional con un aporte del 5.5% del PIB, además de un aporte del 27.4% en generación de empleo, en el territorio. El desarrollo del sector está liderado por las provincias de Pichincha (53%

del total), Tungurahua (21% del total), Guayas (14% del total) e Imbabura (5% del total) (AITE, 2023)

Según datos del Servicio de Rentas Internas, la industria textil registró un crecimiento del 9.7% en ventas totales hasta mayo de 2025, en gran parte, este fenómeno se debe a las estrategias gremiales que promueven el empleo, exportación y producción con valor agregado (González, 2025).

El sector textil deportivo local ha crecido principalmente de la mano de marcas pioneras como Marathon con Astro, Boho Sport y Boman, estos han demostrado su fortaleza en el campo productivo, lo que ha permitido llevar sus productos fuera de la frontera territorial, hacia países como Colombia, Venezuela, Perú, Bolivia y Chile, con este hecho queda demostrado que el sector deportivo tiene potencial exportador para el mercado global

El mercado ecuatoriano enfocado en el nicho deportivo sigue siendo uno de los más concentrados de la región, este sector se encuentra dominado en un 60% por Marathon Sports, el cual cuenta con más de 140 tiendas que comercializan marcas como Puma, *Under Armour* y *The Athlete´s Foot*, le sigue Adidas con una participación el 10%, Importaciones Kao (7%) y Nike (5%) (Ayala, 2025)

Ilustración 1. Marcas y su participación en el sector deportivo



Fuente: Elaboración propia a partir de Ayala (2025)

En Ecuador, conforme a Almeida (2025),el mercado de la ropa alcanzó 1270 millones en 2025, con un ticket promedio de 40 USD por compras y un consumo anual de 22 prendas por persona. El mercado de ropa deportiva se posiciona como una compra significativa en los hogares ecuatorianos, el gasto promedio se encuentra divido:

Tabla 4. Gasto promedio en ropa -Ecuador

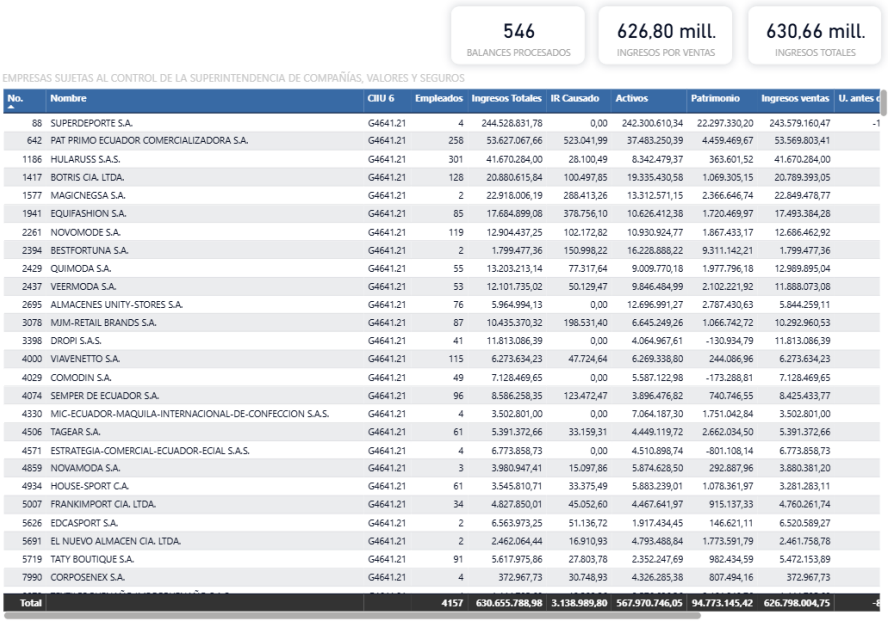
Gasto Promedio	
Ciudad	**USD**
Periferias de Quito	$ 380,00
Costa Norte	$ 331,00
Cuenca	$ 216,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Almeida (2025)

En base a los datos, se refleja la presencia de una mayor concentración de consumo en zonas urbanas, del mismo modo, si bien este mercado presenta un tamaño significativo, el gasto por compra se mantiene en niveles moderados.

Desde la dimensión empresarial, el mercado ecuatoriano vinculado con la venta al por mayor de prendas de vestir, incluidas las prendas deportivas (CIIU G4641.21), presenta una estructura significativa en el contexto nacional. Este segmento genera ingresos por ventas de 624.53 millones de USD y concentra una fuerza laboral de 4122 empleados. Acorde a los datos extraídos de la Superintendencia de Compañías valores y seguros (2025), se evidencia que la comercialización de prendas deportivas forma parte de un mercado ya formalizado, competitivo y con una capacidad económica significativa en el mercado.

Ilustración 2.CIIU G4641.21



546
BALANCES PROCESADOS

626,80 mill.
INGRESOS POR VENTAS

630,66 mill.
INGRESOS TOTALES

EMPRESAS SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS

No.	Nombre	CIIU 6	Empleados	Ingresos Totales	IR Causado	Activos	Patrimonio	Ingresos ventas	U. antes d
88	SUPERDEPORTE S.A.	G4641.21	4	244.528.831,78	0,00	242.300.610,34	22.297.330,20	243.579.160,47	-1
642	PAT PRIMO ECUADOR COMERCIALIZADORA S.A.	G4641.21	258	53.627.067,66	523.041,99	37.483.250,39	4.459.469,67	53.569.803,41	
1186	HULARUSS S.A.S.	G4641.21	301	41.670.284,00	28.100,49	8.342.479,37	363.601,52	41.670.284,00	
1417	BOTRIS CIA. LTDA.	G4641.21	128	20.880.615,84	100.497,85	19.335.430,58	1.069.305,15	20.789.393,05	
1577	MAGICNEGSA S.A.	G4641.21	2	22.918.006,19	288.413,26	13.312.571,15	2.366.646,74	22.849.478,77	
1941	EQUIFASHION S.A.	G4641.21	85	17.684.899,08	378.756,10	10.626.412,38	1.720.469,97	17.493.384,28	
2261	NOVOMODE S.A.	G4641.21	119	12.904.437,25	102.172,82	10.930.924,77	1.867.433,17	12.686.462,92	
2394	BESTFORTUNA S.A.	G4641.21	2	1.799.477,36	150.998,22	16.228.888,22	9.311.142,21	1.799.477,36	
2429	QUIMODA S.A.	G4641.21	55	13.203.213,14	77.317,64	9.009.770,18	1.977.796,18	12.989.895,04	
2437	VEERMODA S.A.	G4641.21	53	12.101.735,02	50.129,47	9.846.484,99	2.102.221,92	11.888.073,08	
2695	ALMACENES UNITY-STORES S.A.	G4641.21	76	5.964.994,13	0,00	12.696.991,27	2.787.430,63	5.844.259,11	
3078	MJM-RETAIL BRANDS S.A.	G4641.21	87	10.435.370,32	198.531,40	6.645.249,26	1.066.742,72	10.292.960,53	
3398	DROPI S.A.S.	G4641.21	41	11.813.086,39	0,00	4.064.967,61	-130.934,79	11.813.086,39	
4000	VIAVENETTO S.A.	G4641.21	115	6.273.634,23	47.724,64	6.269.338,80	244.086,96	6.273.634,23	
4029	COMODIN S.A.	G4641.21	49	7.128.469,65	0,00	5.587.122,98	-173.288,81	7.128.469,65	
4074	SEMPER DE ECUADOR S.A.	G4641.21	96	8.586.258,35	123.472,47	3.896.476,82	740.746,55	8.425.433,77	
4330	MIC-ECUADOR-MAQUILA-INTERNACIONAL-DE-CONFECCION S.A.S.	G4641.21	4	3.502.801,00	0,00	7.064.187,30	1.751.042,84	3.502.801,00	
4506	TAGEAR S.A.	G4641.21	61	5.391.372,66	33.159,31	4.449.119,72	2.662.034,50	5.391.372,66	
4571	ESTRATEGIA-COMERCIAL-ECUADOR-ECIAL S.A.S.	G4641.21	4	6.773.858,73	0,00	4.510.898,74	-801.108,14	6.773.858,73	
4859	NOVAMODA S.A.	G4641.21	3	3.980.947,41	15.097,86	5.874.628,50	292.887,96	3.880.381,20	
4934	HOUSE-SPORT C.A.	G4641.21	61	3.545.810,71	33.375,49	5.883.239,01	1.078.361,97	3.281.283,11	
5007	FRANKIMPORT CIA. LTDA.	G4641.21	34	4.827.850,01	45.052,60	4.467.641,97	915.137,33	4.760.261,74	
5626	EDCASPORT S.A.	G4641.21	2	6.563.973,25	51.136,72	1.917.434,45	146.621,11	6.520.589,27	
5691	EL NUEVO ALMACEN CIA. LTDA.	G4641.21	2	2.462.064,44	16.910,93	4.793.488,84	1.773.591,79	2.461.758,78	
5719	TATY BOUTIQUE S.A.	G4641.21	91	5.617.975,86	27.803,78	2.352.247,69	982.434,59	5.472.153,89	
7990	CORPOSENEX S.A.	G4641.21	4	372.967,73	30.748,93	4.326.285,38	807.494,16	372.967,73	
Total			4157	630.655.788,98	3.138.989,80	567.970.746,05	94.773.145,42	626.798.004,75	-6

Fuente: Tomado de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2025)

Para realizar el diagnóstico de la situación interna y externa del sector textil deportivo se emplea la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

Tabla 5.Matriz FODA sector textil ecuatoriano

Fortalezas	Oportunidades
El sector tiene base empresarial significativa, con un crecimiento sostenido y con una capacidad de venta considerable.	Los TLC permiten acceder a fibras técnicas de alto rendimiento, con beneficios vinculados a la canasta de desgravación.
Participación importante en la economía nacional, debido a su aporte en el PIB y en la generación de empleo.	La Decisión 416 de la CAN promueve el acceso a insumos textiles desde Colombia, Perú y Bolivia, con preferencias arancelarias
Presencia de empresas líderes como Superdeportes S.A, Boho Sport y Boman que evidencian una demanda consolidada ya existente.	Mayor interés público en la actividad física y deporte. A ello se suma el auge del *running* y el *athleisure.*
Experiencia local en la confección, especialmente en Tungurahua, provincia que concentra una participación relevante en la producción textil nacional.	El mercado ecuatoriano de ropa representa un alto potencial comercial.
Debilidades	**Amenazas**
El mercado local presenta una oferta limitada en telas especializadas como dry fit, poliéster deportivo y protección UV.	Competencia basada únicamente en precios bajos.
Escasa diferenciación de marcas nacionales frente a importadas	Exceso burocrático en el sistema de Aduanas, por lo que, el proceso se encarece y afecta el abastecimiento de materia prima.
Alta dependencia de distribuidores nacionales que incrementan los costos de adquisición y limita el acceso a una mayor variedad. de insumos.	Subfacturación y dumping: que genera una competencia desleal y afectan la producción nacional.
La mayoría de empresas del sector son microempresas, en consecuencia, tienen menor capacidad para negociar con proveedores externos.	La facilidad del acceso a prendas extranjeras a través de canales digitales puede intensificar la competencia para las marcas nacionales.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis del sector, entrevistas y encuestas

A partir del planteamiento de la Matriz FODA se observa que pese a tener limitaciones relacionadas a la disponibilidad de telas técnicas y a la dependencia de distribuidores nacionales, el sector cuenta con factores favorables para el desarrollo de marcas, como es el hecho de contar con experiencia local en la confección y una red productiva que aporta a la generación de empleo y al desarrollo del sector manufacturero. En este escenario, el uso estratégico de las importaciones constituye un eje esencial para superar dichas debilidades.

En definitiva, el análisis de la matriz revela que la viabilidad de una marca deportiva en Ecuador, no depende únicamente de la calidad o la capacidad productiva, sino de la

habilidad estratégica de articular una gestión logística precisa para el abastecimiento de insumos y una propuesta de valor diferenciada. La brecha entre las oportunidades comerciales disponibles y el aprovechamiento de los beneficios derivados de los Tratados de Libre Comercio constituyen un espacio estratégico para la presente investigación, la cual busca el diseño de una estrategia competitiva para la importación de insumos textiles destinados a la creación de una marca deportiva ecuatoriana.

CAPITULO III: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El capítulo presenta el análisis de los resultados obtenidos mediante los instrumentos de investigación aplicados al sector textil-deportivo de la ciudad de Ambato. La información para esta investigación fue recolectada mediante dos instrumentos diferenciados, mediante entrevistas a importadores y distribuidores textiles, y un cuestionario aplicado a confeccionistas y emprendedores de marcas textiles deportivas de Ambato.

Los datos recopilados permiten evaluar las condiciones actuales del mercado deportivo, las oportunidades y principales barreras que enfrenta una marca al emplear insumos textiles importados. Para finalizar, los resultados del estudio permiten evaluar la viabilidad de la importación de materias primas textiles desde una perspectiva técnica, económica y logística; dicho análisis aporta a establecer criterios que favorecen a la creación de una marca competitiva, capaz de contar con un factor de diferenciación orientado a la calidad, diseño, funcionalidad y valor agregado de los productos finales.

3.1 Análisis de los resultados del estudio de campo

3.1.1 Resultado del análisis cuantitativo

De acuerdo con Vizcaíno et al. (2023) el análisis cuantitativo se emplea con la finalidad de obtener datos que permiten establecer relaciones causales y tendencias de comportamiento en poblaciones amplias, este método emplea la medición numérica y el análisis estadístico para interpretar los datos.

En este sentido, el análisis partió de la aplicación de encuestas a 15 participantes, entre confeccionistas y emprendedores de prendas deportivas de la ciudad de Ambato. La información recolectada fue procesada mediante software SPSS, con la finalidad de obtener resultados estadísticos descriptivos que permiten evaluar la percepción de los encuestados frente a aspectos como la importación de insumos para la creación de una marca deportiva, la calidad de insumos importados, las oportunidades de crecimiento del segmento deportivo y el posicionamiento de marca

El cuestionario consta de 11 preguntas evaluadas por escala de Likert, en donde la puntuación más alta (5) evidencia un alto nivel de acuerdo con las premisas planteadas. Una vez procesados los resultados de las encuestas en el software SPSS, se obtuvieron los siguientes hallazgos:

Tabla 6. Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,793	,798	11

Fuente: Tomado del software SPSS a partir de resultados de la encuesta

El instrumento presenta una consistencia interna aceptable, debido a que el Alfa de Cronbach presenta un valor de 0,793. Esto significa que las preguntas aplicadas mantienen una adecuada relación entre sí, lo que permite medir la percepción de los productores de prendas deportivas respecto a la viabilidad de importar insumos textiles para este sector.

Tabla 7. Estadísticos Descriptivos

Descriptivos

			Estadístico	Desv. Error
TOTAL	Media		50,20	1,061
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	47,92	
		Límite superior	52,48	
	Media recortada al 5%		50,56	
	Mediana		52,00	
	Varianza		16,886	
	Desv. Desviación		4,109	
	Mínimo		39	
	Máximo		55	
	Rango		16	

	Rango intercuartil	3	
	Asimetría	-1,897	,580
	Curtosis	3,605	1,121

Fuente: Tomado del software SPSS a partir de resultados de la encuesta

La variable obtenida del TOTAL, misma que se calcula a partir de los 11 ítems de la encuesta, presenta una media de 50,20 sobre un máximo de 55 puntos y una desviación estándar de 4,109. Este resultado visibiliza una percepción favorable por parte de los productores y confeccionista respecto al empleo de insumos textiles importados en sus procesos de confección. Adicionalmente, la mediana de 52 refleja que la mayoría de respuestas se concentró en alto niveles de aceptación.

Tabla 8. Prueba de Normalidad

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
TOTAL	,252	15	,011	,772	15	,002

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Tomado del software SPSS a partir de resultados de la encuesta

Para evaluar la distribución de los datos, se aplican las pruebas de normalidad de Kolmogórov-Smirnov y Shapiro-Wilk, al considerar que la muestra es de 15 casos, se establece que la referencia principal es la de Shapiro-Wilk, el cual presenta un valor de significancia de 0,002 y un estadístico de 0,772, estos resultados se relacionan con la concentración de las respuestas en los niveles altos según la escala de Likert. Además, estos resultados evidencian una percepción favorable de los encuestados hacia la importación de textiles como elemento clave para la producción, calidad y competitividad de una marca deportiva.

Para completar el análisis cuantitativo de la investigación, se aplica la correlación de Pearson (Anexo 6) entre los ítems que componen la encuesta. Con la finalidad de sintetizar los principales hallazgos del análisis estadístico de las encuestas aplicadas, se elabora una matriz de indicadores cuantitativos que permite condensar la

información relevante, y facilita la interpretación comparativa entre las variables empleadas.

Tabla 9. Matriz de Análisis Cuantitativo y Pearson

Dimensión	Indicador	Resultados Representativos	Interpretación
Abastecimiento de materia prima	Uso de textiles importados o compra a distribuidores	Las variables P1 y P3 presentan una media de 4,60 y 4,53 respectivamente. En cuanto a la correlación de Pearson, se presentan una significancia de 0,324, en conformidad con las medias obtenidas, se evidencia una percepción favorable de los participantes hace esta dimensión.	Los productores consideran que los insumos textiles importados amplían la variedad de telas, además consideran que el abastecimiento local complementa la producción
Calidad del producto	Influencia de la calidad con la aceptación del consumidor	P4 obtuvo una media de 3,53 y P10 con una media de 4,87. La correlación entre los ítems (r=0,016; p=0,954) indica que ambas variables mantienen relevancia dentro del análisis, debido a que, la calidad de a tela y la funcionalidad son aspectos relevantes en la valoración del producto.	Los encuestados relacionan directamente la materia prima, importada con prendas o productos más funcionales, cómodos y competitivos.
Viabilidad productiva	Conveniencia de trabajar con insumo importado	P7 obtuvo una media de 4,53 y P8 una media de 4,80 La correlación entre los ítems (r=0,836; p=0,000), estos resultados respaldan la postura referente a la relación directa entre el uso de insumos importados y una mayor viabilidad productiva.	La importación se percibe como una mejora para la producción de prendas deportivas.
Diferencia competitiva	Capacidad para competir con productos extranjeros	P5 obtuvo una media de 4,73 y P11 una media de 4,83. Presenta una correlación de r=0,254; p=0,361, es decir, la competitividad de una marca no depende solo del origen del insumo, sino también de la calidad, diseño y precio del producto final.	Los encuestados consideran que una marca nacional puede competir con productos extranjero, al ofrecer calidad, diseño y precio adecuado.
Posicionamiento de marca	Condiciones para ingresar y posicionarse en el mercado deportivo	P2 obtuvo una media de 4,27 y P9 presentó una media de 4,67. La correlación entre ambos ítems es de r=0,306; p=0,268, lo que significa que el diseño, la estética, la calidad y capacidad de adaptación a las tendencias del mercado son elementos relevantes para el posicionamiento de una marca.	El mercado deportivo percibe una oportunidad de posicionamiento si la marca trabaja en diseño, estética y diferenciación.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del software SPSS

3.1.2 Resultado del análisis cualitativo

El análisis cualitativo, para Vizcaíno et al. (2023) representa un procedimiento interpretativo que tiene como finalidad comprender la realidad desde la perspectiva de los individuos, además, este enfoque brinda una mayor dimensión humana y contextual a la investigación. En cuanto a la recolección de información, se da principalmente por entrevistas, las cuales se estructuran para identificar patrones y temas recurrentes que aportan a la comprensión del fenómeno estudiado.

La investigación se desarrolló a partir de la aplicación de entrevistas a 5 actores claves vinculados a la importación, distribución y comercialización de insumos textiles, la selección de estos se lo realizó por criterio intencional en donde se consideró la experiencia en el sector, conocimientos e importancia dentro de la cadena de suministro textil. Para el procesamiento de datos cualitativos se empleó el programa MAXQDA, en primera instancia se construyó una nube de palabras a partir del filtrado de términos con mayor frecuencia de aparición.

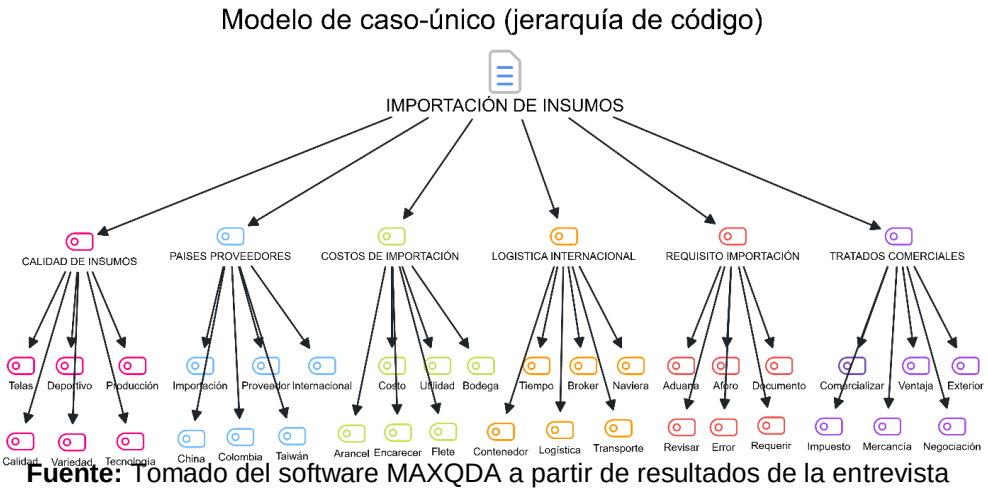
Ilustración 3. Nube de Palabras



Fuente: Tomado del software MAXQDA a partir de resultados de las entrevistas

Al codificar las palabras de mayor frecuencia y relacionarlas con las dimensiones planteadas en la matriz de operacionalización de variables, se propone la siguiente jerarquía de códigos.

Ilustración 4. Modelo de caso-unico



Fuente: Tomado del software MAXQDA a partir de resultados de la entrevista

Durante el análisis cualitativo, se identificó como constructo emergente la “La integración competitiva de la cadena de abastecimiento textil deportiva”, este enfoque estratégico resalta que para crear una marca deportiva competitiva no basta con importar telas, se debe integrar elementos como proveedores, costos de importación, trámites aduaneros, calidad, disponibilidad y capacidad de confección local.

Con la intención de resumir los principales hallazgos del análisis cualitativo, se presenta la siguiente matriz, elaborada a partir de los códigos identificados en MAXQDA.

Tabla 10. Matriz de análisis Cualitativo

Dimensión	Indicador	Cita Textual	Categoría emergente	Observación del análisis
Requisitos de Importación	Documentación Trámites aduaneros Errores frecuentes en la importación	"Uno de los errores más comunes en enfocarse solo en el precio de la tela y no calcular los costos de importación, fletes, seguros, aranceles, IVA, gastos portuarios, transporte interno, agente de aduanas, bodegas y posibles demoras" (ECUATEX, Ing. Bélgica Tapia)	Subestimar el Costo total del producto como error estructural en nuevos importadores	El precio FOB no refleja el costo real de nacionalización. La planificación del TCO completo es indispensable en la viabilidad financiera.
Costos de Importación	Incidencia de flete, seguro, aranceles, almacenamiento y transporte interno en el costo total	"Antes era el 65% más del costo de origen a aporte Ecuador, la última importación me costó el 85% más subió por la guerra no sé, pero me costó 85% más de lo que traje" (EDYMATEX, Edison Villacrés)	Incremento del costo logístico total por factores geopolíticos externos.	Los conflictos y lanza de fletes marítimos, donde encarecido las importaciones textiles desde China, con respecto a años anterior
Logística Internacional	Tiempo de importación Riesgos logísticos Conveniencia de Incoterms para empresa nueva	"Los fletes subieron porque no dejaban pasar a los barcos, y eso a la final afecta al distribuidor y al confeccionista; pese a eso aún hay bastante diferencia de precio entre la importada y la nacional" (Textiles Marcelo, Marcelo Guamán)	Volatilidad logística internacional	Interrupciones en rutas marítimas generan retraso y sobrecosto, que impacta en la disponibilidad y el precio final del producto.
Países proveedores	Conveniencia de importar desde China, Colombia, Perú u otros mercados Criterios para seleccionar proveedores	"Casi todo importador se ha votado a China. Hay millones de fábricas. Si quieren traer bastante por contenedor es preferible directo de China. Si quieren menos cantidad puede ser Colombia, Perú o Panamá" (EDYMATEX, Edison Villacrés)	China como proveedor dominante por volumen	La decisión de proveedor depende del volumen requerido, en una etapa inicial con pedidos menores, Colombia. Perú ofrecen ventajas logísticas y arancelarias bajo el Marco de la CAN.
Tratados Comerciales	Beneficios derivados de los TLC (arancelarios)	"De lo poco que conozco es que los TLC ayudan a que los aranceles se vayan reduciendo, yo he querido aprender un poco más de esto porque si tiene sus ventajas"	TLC como herramienta de optimización arancelaria	Existe un bajo conocimiento sobre la existencia de los TLC y cómo se aplica

		(Elegancia Textiles, Gladys Cárdenas)		
Calidad de insumos	Características técnicas de las telas deportivas importadas	"Si la calidad no fue buena, no te compran más. La calidad es una de las cosas más importantes para fidelizar; la recompra depende de eso" (MOGAS, Carolina Mosquera)	Calidad del insumo como factor fundamental de fidelización	En el segmento deportivo, la calidad impacta en la reputación de la marca.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del software MAXQDA

Los resultados del análisis cualitativo sostienen que la importación directa de insumos textiles para una marca deportiva en Ecuador es viable, siempre y cuando se entienda integralmente lo que involucra, es decir, entender a la importación, no como una compra, sino como una gestión total del proceso.

3.2 Evaluación de la viabilidad técnica, económica y logística en la importación de materias primas textiles

Para determinar la viabilidad técnica, económica y logística de la importación de materias primas textiles destinadas a la creación de una marca deportiva, se establece un procedimiento secuencial de esta operación de comercio exterior, con el fin de identificar cada una de las etapas involucradas en realizar una importación ordenada, técnica y conforme a la normativa aduanera ecuatoriana.

Proceso de Importación

1) **Negociación con el proveedor**

   Una vez definido el producto y elaborada su respectiva ficha técnica, el proceso de importación inicia con la búsqueda y selección de posibles proveedores (China y Colombia). En esta fase, se solicita la ficha técnica del producto del proveedor y la cotización comercial, así también, se define precios, condiciones de pago, plazos de entrega e incoterms, lo cual da lugar a la generación de una factura comercial o *Invoice*.

2) **Clasificación arancelaria**

Una vez definido el producto a importar se debe realizar la búsqueda de la partida arancelaria en el Arancel Nacional para determinar los requisitos aplicables.

Las partidas seleccionadas (6004.10.00.00 y 6006.32.00.00) pertenecen a la Sección XI “Materias Textiles y sus manufacturas” y al capítulo 60 “Tejidos de Punto”.

Para efectos de la selección de la subpartida correspondiente a la tela poliéster y elastano, tejido de punto 85/15, se clasifica en la partida 60.04 correspondiente a “Tejidos de punto de anchura superior a 30cm, con un contenido de hilados de elastómero o de hilos de caucho superior o igual al 5% en peso, excepto los de la partida 60.01”. Dentro de esta partida, el producto se ubica específicamente en la subpartida 6004.10.00.00, definida como “Con un contenido de hilados de elastómero superior o igual al 5% en peso, sin hilos de caucho”. La selección de la subpartida responde al cumplimiento de las características técnicas del producto a importar. En efecto, la tela poliéster y elastano, tejido de punto 85/15, contiene un 15% de spandex, porcentaje que supera el mínimo del 5% de hilados de elastómeros exigidos por la partida. Del mismo modo, los rollos presentan una anchura superior a 30 cm y contiene hilos de elastómeros.

Acerca del tejido de punto 100% poliéster filamento, 220 g/m, con protección UV y función térmica; se clasifica en la partida arancelaria 60.06 “Los demás tejidos de punto”, y específicamente en la subpartida 6006.32.00.00, definida como tejidos de punto “de fibras sintéticas, teñidas”. Esta subpartida se selecciona en virtud del cumplimiento de las características técnicas. Se trata de un tejido de punto elaborado totalmente con fibra sintética de poliéster, sometido a teñido,

3) **Restricciones y requisitos**

Es necesario revisar si la partida identificada está sujeta a restricciones y requisitos previos a importar. En el caso de las partidas 6004.10.00 y 6006.32 no existe un requerimiento de control previo.

4) **Declaración Aduanera de Importación (DAI) y documentación**

El proceso de desaduanización inicia con la transmisión de la DAI, por el ECUAPASS, hacia la SENAE; dentro de un período no superior a 15 días de la llegada de la mercadería y hasta treinta días posterior a su arribo (COPCI, 2025a).

De acuerdo con el tipo de importación se debe adjuntar los siguientes documentos a la DAI

Tabla 11. Documentación Aduanera

Documentos de Acompañamiento	Documentos de Soporte
Son los documentos de control previo que se tramitan y aprueban antes del embarque. Abarca permisos, licencias o certificaciones de entidades reguladoras como INEN, AGROCALIDAD, ARCSA, entre otros	Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial Certificado de origen (si aplica) Documentos que el SENAE considere necesarios para el control de la operación

Fuente: Elaboración propia a partir de COPCI (2025a)

5) **Canal de aforo**

Entregados los requisitos necesarios, la SENAE otorga un número de DAI y se asigna un canal de aforo, estos pueden ser documental, físico no intrusivo y físico intrusivo.

6) **Liquidar tributos**

Una vez se supere la verificación de la mercancía, se liquidan los tributos correspondientes al comercio exterior como los derechos arancelarios, impuestos establecidos en la normativa relacionada al ingreso o salida de mercancías y las tasas por servicios aduaneros

7) **Levante de Mercancías**

El SENAE es la institución encargada de autorizar el levante de la mercancía del depósito temporal hacia las instalaciones del importador

Ilustración 5. Proceso de Importación



Fuente: Elaboración propia a partir del COPCI (2025a)

Una vez establecido el proceso de compra internacional de las materias primas, se desarrolla de manera complementaria el costeo de los insumos textiles, el cual constituye un elemento fundamental para determinar la viabilidad económica de la importación, la estructura del costeo se establece mediante una clasificación diferenciada de los rubros que intervienen en el proceso, distinguiendo entre estos a los tributos al comercio exterior, costos logísticos y costos operativos.

Tabla 12. Costeo para China

Costeo de Importación - China		
Contenedor de 20´		
Concepto	**Monto**	**Clasificación**
A. Base comercial y valor en aduana		
Valor FOB mercancía	$16.777,27	Base comercial
Flete internacional	$1.200,00	Logístico
Seguro internacional	$167,77	Logístico
Valor CIF / base imponible	**$18.145,04**	**Base imponible**
B. Tributos al comercio exterior		
Ad-Valorem	$3.629,01	Tributo
FODINFA	$90,73	Tributo
ICE	$0,00	Tributo
IVA	$3.279,72	Tributo
Total, tributos	**$6.999,45**	**Tributo**
C. Costos logísticos y operativos		
Gastos portuarios / frontera	$450,00	Operativo
Agente de aduana	$250,00	Operativo
Transporte interno hasta Ambato	$320,00	Logístico
Bodegaje / almacenamiento	$120,00	Operativo
Documentación / certificados	$120,00	Operativo
Gastos bancarios ISD	$838,86	Operativo
Otros costos operativos	$150,00	Operativo
Total, logístico-operativo	**$2.128,86**	**Logístico-operativo**
D. Resultado final		
Costo total de importación	**$27.273,35**	**Resultado**
Cantidad importada	2.428,00	Dato base
Costo unitario importado	**11,23**	**Resultado**
Participación de tributos	**25,66%**	**Indicador**
Participación logística-operativa	**7,81%**	**Indicador**

Fuente: Elaboración propia a partir de cotizaciones y Sistema Arancel

Tabla 13. Costeo para Colombia

Costeo de Importación - Colombia		
Concepto	**Monto**	**Clasificación**
A. Base comercial y valor en aduana		
Valor FOB mercancía	$11.702,96	Base comercial
Flete internacional	$350,00	Logístico
Seguro internacional	$117,03	Logístico
Valor CIF / base imponible	**$12.169,99**	**Base imponible**
B. Tributos al comercio exterior		
Ad-valorem	$0,00	Tributo
FODINFA	$60,85	Tributo
ICE	$0,00	Tributo
IVA	$1.834,63	Tributo
Total tributos	**$1.895,48**	**Tributo**
C. Costos logísticos y operativos		
Gastos portuarios / frontera	$120,00	Operativo
Agente de aduana	$241,00	Operativo
Transporte interno hasta Ambato	$180,00	Logístico
Bodegaje / almacenamiento	$50,00	Operativo
Documentación / certificados	$0,00	Operativo
Gastos bancarios ISD	$585,15	Operativo
Otros costos operativos	$70,00	Operativo
Total logístico-operativo	**$1.246,15**	**Logístico-operativo**
D. Resultado final		
Costo total de importación	**$15.311,61**	**Resultado**
Cantidad importada	2.428	Dato base
Costo unitario importado	**$6,31**	**Resultado**
Participación de tributos	**12,38%**	**Indicador**
Participación logística-operativa	**8,14%**	**Indicador**

Fuente: Elaboración propia a partir de cotizaciones y Sistema Arancel

Tabla 14. Comparativo de Abastecimiento

Comparativo de escenarios de abastecimiento			
Indicador	**China**	**Colombia**	**Mejor opción**
Valor FOB	$16.777,27	$11.702,96	**Colombia**
CIF / base imponible	$18.145,04	$12.169,99	**Colombia**
Total tributos	$6.999,45	$1.895,48	**Colombia**
Total costos logísticos-operativos	$2.128,86	$1.246,15	**Colombia**
Costo total	$27.273,35	$15.311,61	**Colombia**
Cantidad	2.428	2.428	
Costo por metro	$11,23	$6,31	**Colombia**

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del costeo simulado

Tabla 15. Tabla resumen de los escenarios

Escenario	Costo total	Costo unitario	Total tributos
China	$27.273,35	$11,23	$6.999,45
Colombia	$15.311,61	$6,31	$1.895,48

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del costeo simulado

En el caso de China, al terminar el costeo, con base en la partida arancelaria 6004.10.00.00, se observa que la viabilidad económica de la importación depende principalmente de la correcta diferenciación entre tributos al comercio exterior, costos logísticos y costos operativos, debido a que cada componente incide de manera distinta en el costo final de la materia prima a importar. Por ejemplo, en el caso de China, los tributos representan el 25.66% del costo total, mientras que los costos logísticos y operativos únicamente representan el 7.81%, esto indica que la carga tributaria constituye el principal factor de incremento en el precio final.

Dado el escenario anterior, la adecuada clasificación arancelaria y la revisión del sistema Arancel son fundamentales para proyectar costos reales, evitar errores tributarios y prevenir variaciones que puedan afectar al precio final de la tela. Bajo este

análisis el costo unitario de $11.23 por metro, proporciona una base objetiva para evaluar la rentabilidad de la marca deportiva y definir precios competitivos dentro del mercado ecuatoriano.

Finalmente, con el objetivo de operacionalizar los criterios de viabilidad técnica, económica y logística, se plantea un checklist de evaluación que califica cada aspecto de los criterios de estado. De igual manera, se plantea una matriz de control operativo para traducir los hallazgos de la investigación en acciones y métricas medibles para el control y mejora de la propuesta de importación.

Tabla 16. Propuesta de Checklist

Dimensión	Criterio de Evaluación	ESTADO			Medio de verificación	Observación
		Pendiente	En proceso	Cumplido		
Técnica	Elaboración de ficha (producto deseado) Certificación de propiedades textiles (capilaridad, UV, termorregulación)				-Ficha técnica propia -Ficha técnica del fabricante de origen	
	Capacidad operativa del taller para procesar los textiles.				-Pruebas de costura en muestras físicas -Informe técnico de la maquinaria	
	Diseño y estructuración de etiquetado bajo regulaciones del Ecuador.				-Boceto de etiqueta con declaración de composición y uso	
	Estándar de calidad del insumo para asegurar recompra y fidelización				-Reporte de control de calidad de la muestra (tacto, elongación y encogimiento)	
Económica	Aplicación de arancel reducido o Nulo (TLC vigente)				Certificaciones de Origen emitido por el proveedores y validado por aduanas	
	Estructura de Costos Integral desde el puerto de origen hasta fábrica en Ambato.				Matriz de costeo de importación	
	Proyección de competitividad del precio final en el mercado textil nacional.				Análisis comparativo de precios de mercado frente a competidores del segmento.	
	Fondo de contingencia financiera ante la volatilidad de fletes marítimos.				Presupuesto financiero con escenario de estrés (incremento de tarifas logísticas).	
Logística	Calendario operativo estructurado con base en los 45 a 60 días de tránsito.				Cronograma de producción anual y plan de compras anticipadas.	
	Selección de rutas óptimas según el tamaño de la carga (FCL vs LCL).				Cotizaciones logísticas diferenciadas para China (contenedor) y países vecinos (volumen menor).	
	Coordinación del transporte terrestre consolidado desde el Puerto hasta Tungurahua.				Acuerdo comercial o tarifa negociada con la empresa de transporte terrestre	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Matriz de control operativo

Dimensión	Variable Crítica	Acción Operativa (¿Qué hacer?)	Indicador de Éxito	Umbral Alerta
Técnica	Calidad textil	Pedir muestras y fichas	100% de lotes con certificación de origen	Si el proveedor no entrega las fichas o el textil presenta fallas en las pruebas.
Económica	Costo total del Producto	Auditar mensualmente las tarifas de agentes de aduanas, fletes y costos portuarios	Desviación de TCO menor al 3%	Si el costo de la última milla supera el 12%
Logística	Tiempo de Tránsito	Modelo Just in Case para generar órdenes de compra con 60 días de anticipación.	Cumple el plan de producción sin quiebres de stock	Si el inventario en la fábrica cae por debajo de los 20 días de consumo.

Fuente: Elaboración propia

3.3 Comprobación de la pregunta científica

Para la investigación se planteó la siguiente pregunta científica: ¿Cuál es el impacto económico de los tratados de libre comercio en los costos de importación de insumos y cómo esto influye en la rentabilidad y calidad de una nueva marca deportiva ecuatoriana?

Con los resultados obtenidos se determina que:

- Los tratados de libre comercio sí tienen un impacto económico favorable cuando se aplican estratégica y técnicamente en la importación de insumos textiles, su principal beneficio es la reducción de costos arancelarios mediante preferencias comerciales, certificados de origen y una correcta clasificación arancelaria. Pese a lo anterior, debe considerarse, como factor fundamental, el cumplimiento de los requisitos documentales y la aplicación de reglas de origen.
- Desde el enfoque cualitativo, los entrevistados señalan que la rentabilidad de la marca no solo depende de conseguir insumos a menor precio, sino calcular y planificar correctamente el costo total de la importación, lo que permitirá un mejor margen de utilidad.

- Desde el enfoque cuantitativo, los datos respaldan la relación entre el costo de la materia prima, la producción y precio final, además, muestran la conveniencia de trabajar con insumos importados para mejorar diseño, funcionalidad y posicionamiento de marca.
- Todo lo señalado corresponde a aspectos importantes para una marca deportiva, debido a que permite diferenciar el producto de las opciones convencionales del mercado.

En síntesis, se comprueba que los tratados de libre comercio impactan positivamente en los costos de importación cuando estos se emplean de forma estratégica; además, la importación resulta viable para la creación de marca deportiva ecuatoriana, siempre que el proceso se planifique, controle y emplee los insumos como factor de diferenciación frente a la competencia.

CONCLUSIONES

- En relación con la fundamentación teórica desarrollada durante la investigación, se comprendió que la importación de insumos textiles va más allá de una mera transacción comercial, se trata de un procedimiento jurídico-aduanero regulado por instituciones, normas y acuerdos comerciales vigentes, los cuales permiten el acceso a una oferta más amplia de textiles de alto desempeño que la industria nacional no puede ofrecer. Esta realidad reafirma que una marca deportiva nacional que aspire a competir en mercados globales necesita incluir insumos y tecnología importados, dentro de su cadena de valor.
- El cuanto al diagnóstico del mercado deportivo ecuatoriano, se evidencia una demanda sostenida, reflejada en los ingresos de ventas de ropa que ascienden a 1.270 millones de USD; del mismo modo, se observa una tendencia creciente hacia la práctica deportiva y el cuidado de la salud. Los tratados de libre comercio vigentes con China y la Comunidad Andina (CAN) representan una oportunidad real para acceder a beneficios arancelarios, además de cumplir un papel estratégico al permitir la importación de los volúmenes necesarios para la operatividad de la marca.
- Respecto a la evaluación de la viabilidad técnica, económica y logística, se determina que la importación de textil resulta viable siempre que el análisis se realice a partir del costo total de adquisición y no únicamente en función del valor por metro del textil. Estas tres dimensiones, analizadas de manera conjunta, permiten una mayor gestión y control de los factores involucrados en el proceso de importación.

RECOMENDACIONES

- Los resultados obtenidos de la presente investigación permiten recomendar que los mismos sean replicados para el diseño de un modelo de evaluación de viabilidad en importación de insumos, aplicable a otros sectores productivos ecuatorianos que también dependen del aprovechamiento estratégico de los acuerdos vigentes. Los nuevos estudios derivados de esta línea de investigación podrían aportar al mejoramiento de las estrategias de abastecimiento en Ecuador.
- Establecer una herramienta de costeo basada en el Modelo de Costo de Producto, que incluya obligatoriamente cada uno de los componentes del proceso de importación desde el pago por la compra hasta la llegada de la mercancía a la fábrica o bodega en destino, con la finalidad de evitar subestimaciones que pueden alterar la rentabilidad de la importación.
- Diseñar un modelo de gestión de inventario de clase *Just in Case*, que considere un stock de seguridad calculado en relación con el *lead time* establecido según el país de origen de la importación, con la finalidad de evitar desabastecimientos y quiebres en el proceso de producción durante picos de demanda de la marca.

BIBLIOGRAFÍA

AITE. (2023). Historia y Actualidad. Recuperado el 5 de julio de 2026, de AITE website: https://www.aite.com.ec/industria.html

Almeida, C. (2025, agosto 12). Industria de la moda en Ecuador: Tendencias y Perspectivas para 2025. Recuperado el 5 de julio de 2026, de KANTAR website: https://www.kantar.com/latin-america/inspiracion/moda-belleza-y-lujo/industria-de-la-moda-en-ecuador-tendencias-y-perspectivas-para-2025

Arpi, R. (2025). Aranceles diferenciados y su efecto en las economías de la Comunidad Andina de Naciones. *Semestre Económico*, *14*(1), 1–6. https://doi.org/10.26867/se.2025.v14i1.177

Asamblea Nacional. (2015). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Recuperado de www.lexis.com.echttps://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversiones-Copci.pdf

Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. (2024). *Boletín Estadístico*. Recuperado de https://www.aite.com.ec/boletines/2024/BoletinFebrero2024.pdf

Asociación Nacional de Comercio Exterior. (2026). Colombia está de moda: prendas y textiles crecieron 2% en sus exportaciones - Analdex - Asociación Nacional de Comercio Exterior. Recuperado el 5 de julio de 2026, de ANALDEX website: https://analdex.org/2026/01/19/colombia-esta-de-moda-prendas-y-textiles-crecieron-2-en-sus-exportaciones/

Ayala, S. (2025, abril 16). Este es el millonario negocio de Marathon Sports en Ecuador, que atrae a un grupo mexicano. Recuperado el 5 de julio de 2026, de PRIMICIAS website:

https://www.primicias.ec/economia/empresas/marathon-sports-ecuador-venta-mexico-ropa-deportiva-innovasport-94153/

Calle, M. J. (2025). Impacto de la Digitalización en la Recaudación Tributaria: Desafíos y Oportunidades en el Sistema Fiscal Ecuatoriano. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *9*(2), 2832–2846. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17098

CAN. (1997). *Decisión 414*. Recuperado de https://www.comunidadandina.org/normativa-files//uploads/gace283_44a23070db.pdf

CAN. (2025, mayo 26). Comunidad Andina: Más integración, más comercio y más desarrollo – Comunidad Andina. Recuperado el 5 de julio de 2026, de https://www.comunidadandina.org/notas-de-prensa/comunidad-andina-mas-integracion-mas-comercio-y-mas-desarrollo/

Castillo, M. (2021). Técnicas e instrumentos para recoger datos del hecho social educativo. *Revista Científica Retos de la Ciencia*, *5*(10), 50–61. https://doi.org/10.53877/rc.5.10.20210101.05

Chavarría, K., y Medina, R. (2022). Implementación del Growth Hacking en las pequeñas y medianas empresas. Caso: Ambato – Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, *7*(13), 8. https://doi.org/10.35381/r.k.v7i13.1617

China Textil Leader. (2026a). Informe sobre las exportaciones de la industria textil china en el primer trimestre de 2026. Recuperado el 5 de julio de 2026, de CHINA TEXTILE LEADER Express website: https://www.texleader.com.cn/en/news-35453.html

China Textil Leader. (2026b, abril 22). Operation of China’s Technical Textile Industry in January-February, 2026. Recuperado el 5 de julio de 2026, de CHINA

TEXTILE LEADER Express website: https://www.texleader.com.cn/en/news-35455.html

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2025, septiembre 23). PROMPERÚ: Alpaca y algodón pima del Perú generan oportunidades por USD 16 millones en Première Vision Paris 2025 - Noticias - Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - Plataforma del Estado Peruano. Recuperado el 5 de julio de 2026, de PROMPERÚ website: https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/1251439-promperu-alpaca-y-algodon-pima-del-peru-generan-oportunidades-por-usd-16-millones-en-premiere-vision-paris-2025

Comité de Comercio Exterior. (2022). *Resolución N° 009-2022*. Recuperado de https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/RESOLUCION-009-2022.pdf

Comité de Comercio Exterior. (2023). *Resolución N° 017-2023*. Recuperado de https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/11/Resolucio%CC%81n-017-2023.pdf

COPCI. (2025a). *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones-Suplemento del Registro Oficial No. 351 , 29 de Diciembre 2010*. (Registro Oficial 69, 27-VI-2025).

COPCI. *Suplemento del Registro Oficial No. 452 , 19 de Mayo 2011*. , Pub. L. No. Art 78, 44 (2025).

Cornejo, M., y Ruíz, A. (2024). Competitividad del recurso humano y productividad de las pequeñas empresas en el sector textil en el Ecuador. *Bastcorp International Journal*, *3*(2), 143–160. https://doi.org/10.62943/bij.v3n2.2024.112

Ellen MacArthur. (2024). *Impact report summary 2024*. Recuperado de https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/6b9b37a53360393e/original/Impact-Report-Summary-2024.pdf

Fang, Y. (2024). Analysis of New Balance's Brand Positioning and Competitive Advantages. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, *141*(1), 1–6. https://doi.org/10.54254/2754-1169/2024.GA18916

Gonzalez, T. (2025, septiembre 17). La industria textil ecuatoriana se recupera en 2025 - FashionNetwork Ecuador. Recuperado el 5 de julio de 2026, de Fashion Network website: https://ec.fashionnetwork.com/news/La-industria-textil-ecuatoriana-se-recupera-en-2025,1765010.html

Guevara, G., Verdesoto, A., y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, *4*(3), 163–173. https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2026). *Registro Estadístico de Empresas 2025*.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2025). *Registro Estadístico de Empresas 2023*. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Registro_Empresas_Establecimientos/2024/Semestre_I/Boletin_REEM_2023.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2026). *Boletín Técnico N° 03-2026-INPP*. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/INPP/2026/marzo/BOLETIN_TECNICO_INPP_2026_03.pdf

Jaramillo, S., y Tonon, L. (2023). Ventajas y desventajas de la firma de tratados de libre comercio. *Estudios de la Gestión*, (14), 155–177. https://doi.org/10.32719/25506641.2023.14.7

Khatreja, K. (2025, enero). Pronóstico y perspectivas futuras del mercado textil chino hasta 2030. Recuperado el 5 de julio de 2026, de KEN RESEARCH website: https://www.kenresearch.com/industry-reports/china-textile-market

Lu, Y., y Pan, D. (2025). The impact mechanism of Eco-labels on consumer purchase intention in international trade: A cross-cultural psychological perspective. *Environment and Social Psychology*, *10*(5). https://doi.org/10.59429/ESP.V10I5.3693

Macchion, L. (2024). Corporate social responsibility and risk management: charting the course for a sustainable future of the fashion industry. *Global Sustainability*, *7*. https://doi.org/10.1017/sus.2024.31

Martínez, R. M., Avilés, P., Macías, E., y Santillán, L. (2024). Análisis de mercancías que no cumplen requisitos técnicos en Ecuador. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, *7*. https://doi.org/10.46296/rc.v7i14edespnov.0298

Masías, T., y Castro, R. (2021). El athleisure como síntoma del presente. *Arte e Investigación*, (20), e076. https://doi.org/10.24215/24691488e076

Matute, V., Viñansaca, X., y Capa, M. (2023). El e-commerce B2C como estrategia de internacionalización de las pymes enfocadas en el sector textil. *593 Digital Publisher CEIT*, *8*(3), 428–439. https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1719

Ministerio de Asuntos exteriores, U. E. y cooperación. (2026). *China*. Recuperado de https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/CHINA_FICHA%20PAIS.pdf

MIPRO. *Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la República Popular China*. , (2023).

Molinedo, F., y León, J. (2025). *Sector Textil y Confecciones: Panorama del Mercado Internacional y Nacional*. Recuperado de https://cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2025/12/NC_TextilyConfecciones_May2025_vf.pdf

Observatorio de Complejidad Económica. (2025a). China (CHN) Exportaciones, Importaciones y Socios Comerciales | Observatorio de Complejidad Económica. Recuperado el 5 de julio de 2026, de https://oec.world/es/profile/country/chn#bespoke-title-302

Observatorio de Complejidad Económica. (2025b). Materias textiles y sus manufacturas en el Comercio de China | Observatorio de Complejidad Económica. Recuperado el 5 de julio de 2026, de OEC website: https://oec.world/es/profile/bilateral-product/textiles/reporter/chn

Osorio, R., y Castro, D. (2021). Aproximaciones a una metodología mixta. *NovaRUA*, *13*(22), 65–84. https://doi.org/10.20983/NOVARUA.2021.22.4

PROCOLOMBIA. (2025, julio 28). Colombia aumenta exportación de textiles | Colombia Trade. Recuperado el 5 de julio de 2026, de Comercio,Industria y Turismo website: https://procolombia.co/colombiatrade/exportador/articulos/aumentan-exportaciones-textiles-colombia

Rathore, B. (2022). Textile Industry 4.0 Transformation for Sustainable Development: Prediction in Manufacturing y Proposed Hybrid Sustainable Practices. *EDUZONE: International Peer Reviewed/Refereed Multidisciplinary Journal (EIPRMJ)*, *ISSN*(1), 2319–5045. https://doi.org/10.56614/eiprmj.v11i1.229

Reales, L., Robalino, G., Peñafiel, C. J., y Cantuña, P. (2022). El Muestreo Intencional No Probabilístico como herramienta de la investigación científica en carreras

de Ciencias de la Salud. *Revista Universidad y Sociedad, 14*, 681–691. Recuperado de https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3338

Registro Oficial del Ecuador. (2026). *Año I-Nº 240-53 páginas Quito, martes 10 de marzo de 2026*.

Reyes, I., Damián, E., Ciriaco, N., Corimayhua, O., y Urbina, M. (2022). Métodos científicos y su aplicación en la investigación pedagógica. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i2.3106

Rivera, C. (2021). Importacones. Recuperado el 4 de julio de 2026, de Universidad San Marcos website: https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1665/LEC%20FIN%200005%202021.pdf?sequence=1yisAllowed=y

Rodríguez, L., y Reyes, H. (2024). *Uso y Aplicación de las reglas Incoterms 2020 en Comercio Exterior y Logística Internacional y su impacto en la sostenibilidad económica de las empresas.* Recuperado de file:///C:/Users/erika/Downloads/Uso_y_Aplicacion_de_las_reglas_Incoterms.pdf

Rueda, M., Sigala, L., y Zapata, G. (2022). Compendium_48_Julio_2022_2. *Redalyc.org*, *25*(Teoría de las capacidades dinámicas: Aportes y evolución a partir de los trabajos de David Teece). https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7127188

Russo, A. (2024, mayo 3). Reflexiones sobre la acumulación de origen en el MERCOSUR. Recuperado el 5 de julio de 2026, de https://aduananews.com/reflexiones-sobre-la-acumulacion-de-origen-en-el-mercosur/

Sánchez, M., Pinto, A., y Camarena, J. (2025). La importancia de los Incoterms en la cadena de suministro internacional y sus implicaciones logísticas, costos de transporte y gestión comercial. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, *6*(2). https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3757

Secretaria General de la Comunidad Andina. *Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena*. , Pub. L. No. Resolución N° 2455, 1 (2024).

Silva, K., Hurtado, M., y González, M. (2021). La Logística Inversa, una alternativa estratégica de empresas Latinoamericanas para competir en los Mercados Internacionales. *Dialnet*, *8*. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8232778

Singhal, H. (2023). Supply Chain Resilience in Garments Industry. *Int. j. adv. multidisc. res. stud*, *3*(3), 226–231. Recuperado de www.multiresearchjournal.com

Sun, J., Shi, Z., y Zhou, Y. (2024). The impact of intellectual property articles on the quality of export products: Based on text analysis of China's trade agreements. *International Review of Economics y Finance*, *92*, 1230–1249. https://doi.org/10.1016/J.IREF.2024.02.045

Superintendencia de Compañías valores y seguros. (2025). Ranking empresarial. Recuperado el 5 de julio de 2026, de Supercias website: https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html

Valencia, P. del R., Tinto, J., y Ortega, J. C. (2025). Factores que afectan la importación de insumos textiles para artesanos de Cuenca: Estudio de alcance. *MQRInvestigar*, *9*(1), e285. https://doi.org/10.56048/mqr20225.9.1.2025.e285

Vera, C., Aguirre, A., Abad, E., Velasco, V., y Vera, A. (2025). *Gestión Estratégica de Cadena de Suministro* (UIDE). UIDE. Recuperado de

https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/8568/1/UIDE-Q-TMCS-2025-25.pdf

Villavicencio Marcia. (2025). *Clústeres empresariales y performance en la industria textil de economías emergentes*. Recuperado de Gobernanza y asociatividad: El caso de los clústeres textiles en la Sierra Central del Ecuador. Editorial Universitaria

Vizcaíno, P., Cedeño, R., y Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *7*(4), 9723–9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Yu, W., Wong, C. Y., Jacobs, M. A., y Chavez, R. (2024). What are the right configurations of just-in-time and just-in-case when supply chain shocks increase? *International Journal of Production Economics*, *276*, 109352. https://doi.org/10.1016/J.IJPE.2024.109352

Zhigue, A., y Arias, J. (2025). Impacto de las aranceles y políticas comerciales en el desarrollo económico del sector textil del Ecuador: Un análisis comparativo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *9*(1), 3138–3160. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16067

ANEXOS

Anexo 1: Partidas Arancelarias

Pudeleco Editores S.A.
Arancel de Importaciones del Ecuador

REPORTE DE SUBPARTIDA

Régimen Arancelario

Partida Nandina	Digito Verificador	Arancel Ad Valorem	Arancel Especifico	Fodinfa	Unidad Fisica
6004.10.00.00	8	20.00%	$0.00	0.50%	Kilogramos

Correlación Naladisa: 6002303000 6002309000 6002302000

Descripción Arancelaria

6004 Tejidos de punto de anchura superior a 30 cm, con un contenido de hilados de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5% en peso, excepto los de la partida 60.01.

6004.10.00.00 - Con un contenido de hilados de elastómeros superior o igual al 5% en peso, sin hilos de caucho

Impuesto al Valor Agregado I.V.A.

La tarifa del impuesto al valor agregado es del 15% para el año 2025. (DecretoÃ No.Ã 470)

Impuesto a los Consumos Especiales I.C.E.

0%

Códigos Suplementarios

Sin Código Suplementario específico. Use el código 0000

Autorizaciones y Restricciones

Cod.Sup.: 0000
Entidad: Comité de Comercio Exterior
Tipo: Prohibición
Fuente del Dato: Resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas
Notas y Observaciones: Prohibida importación de Corea del Norte

Requisitos y Condiciones Adicionales

Subpartida susceptible de aplicación de duda razonable cuyo valor FOB declarado sea inferior o igual al parámetro establecido ($7 FOB/KG), según Acuerdo Nro. MPCEI-MPCEI-2026-0012-A del Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, publicado en 4S.R.O. 240 del 10/03/2026

INEN SENAE

No

RTE INEN

No requiere ningún Reglamento INEN

Observaciones INEN

VALOR DE CRITERIO ADICIONAL:
Para el caso de mercancías sujetas al cumplimiento de normas y reglamentos técnicos, se eximirá la obtención del Certificado de Reconocimiento como documento de soporte de la declaración aduanera, a las mercancías cuyas subpartidas arancelarias sean importadas hasta por un monto de dos mil 00/100 dólares FOB (US$ 2.000,00 FOB) mensuales, EXCEPTO para el caso de TEXTILES, CONFECCIONES y CALZADO, que no se sujetarán a dicha limitación del valor. (Resolución N 007-2014 COMEX, R.O. 224 del 11 de abril

Pudeleco Editores S.A.
Arancel de Importaciones del Ecuador

REPORTE DE SUBPARTIDA

Régimen Arancelario

Partida Nandina	Dígito Verificador	Arancel Ad Valorem	Arancel Específico	Fodinfa	Unidad Física
6006.32.00.00	8	20.00%	$0.00	0.50%	Kilogramos

Correlación Naladisa: 6002930000

Descripción Arancelaria

6006 Los demás tejidos de punto

- De fibras sintéticas:

6006.32.00.00 - - Teñidos

Impuesto al Valor Agregado I.V.A.

La tarifa del impuesto al valor agregado es del 15% para el año 2025. (DecretoÃ No.Ã 470)

Impuesto a los Consumos Especiales I.C.E.

0%

Códigos Suplementarios

Sin Código Suplementario específico. Use el código 0000

Autorizaciones y Restricciones

Cod.Sup.: 0000

Entidad: Comité de Comercio Exterior

Tipo: Prohibición

Fuente del Dato: Resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas

Notas y Observaciones: Prohibida importación de Corea del Norte

Requisitos y Condiciones Adicionales

Subpartida susceptible de aplicación de duda razonable cuyo valor FOB declarado sea inferior o igual al parámetro establecido ($4 FOB/KG), según Acuerdo Nro. MPCEI-MPCEI-2026-0012-A del Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, publicado en 4S.R.O. 240 del 10/03/2026

INEN SENAE

No

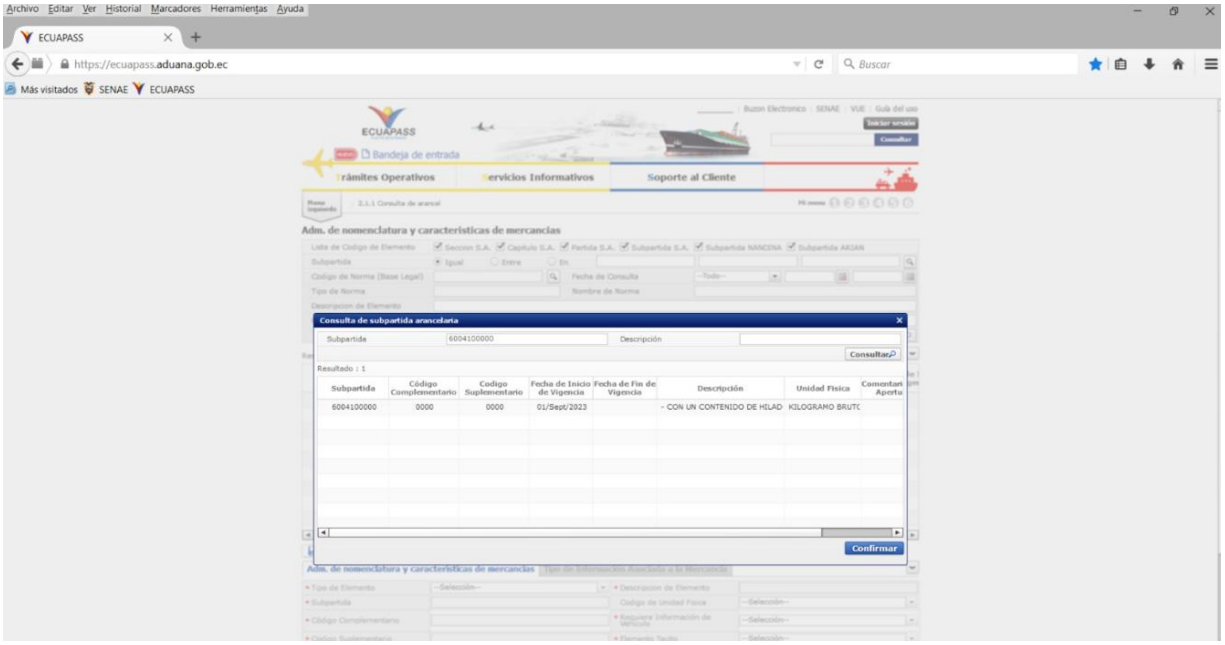
RTE INEN

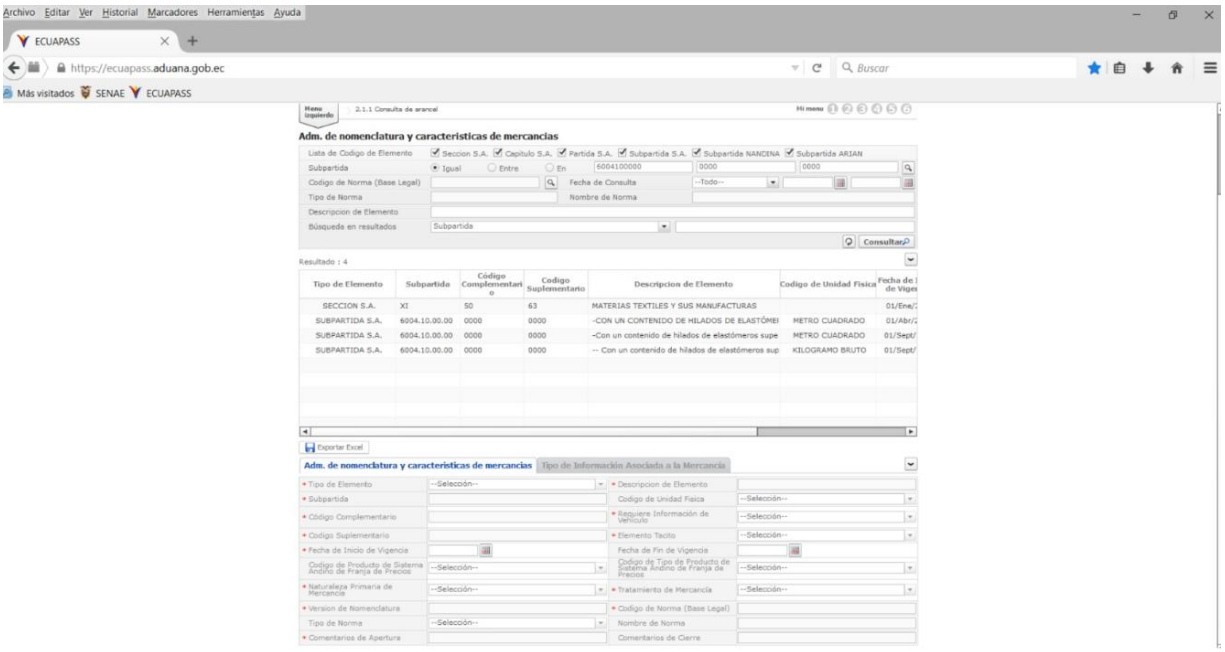
No requiere ningún Reglamento INEN

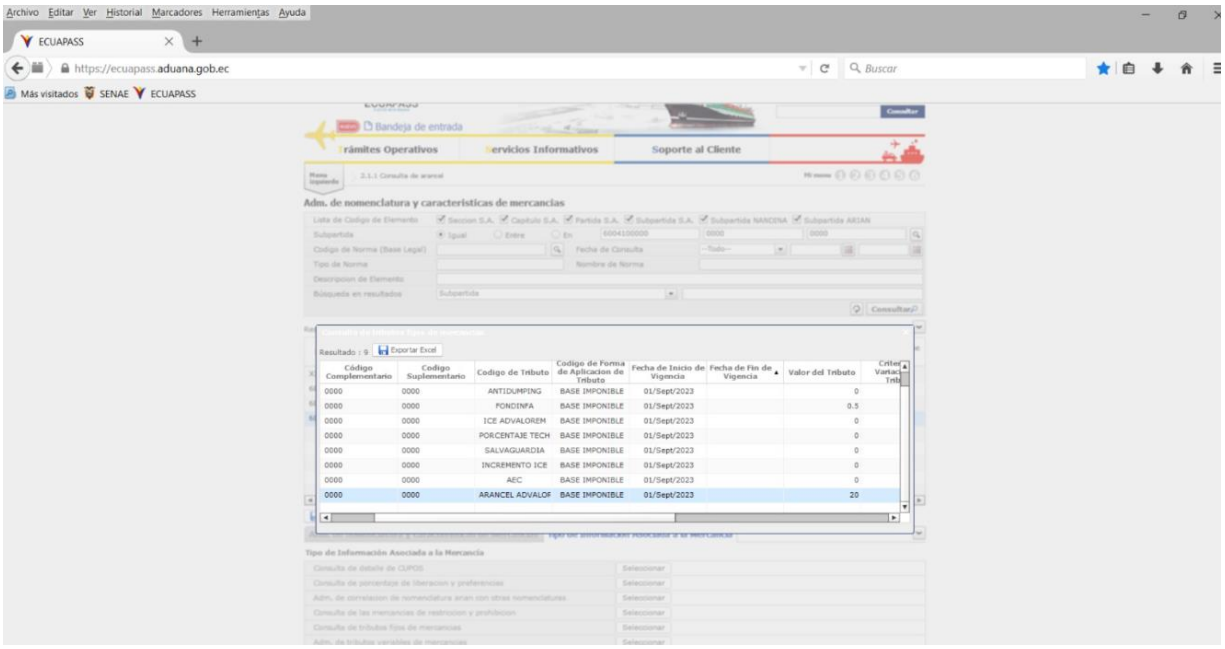
Observaciones INEN

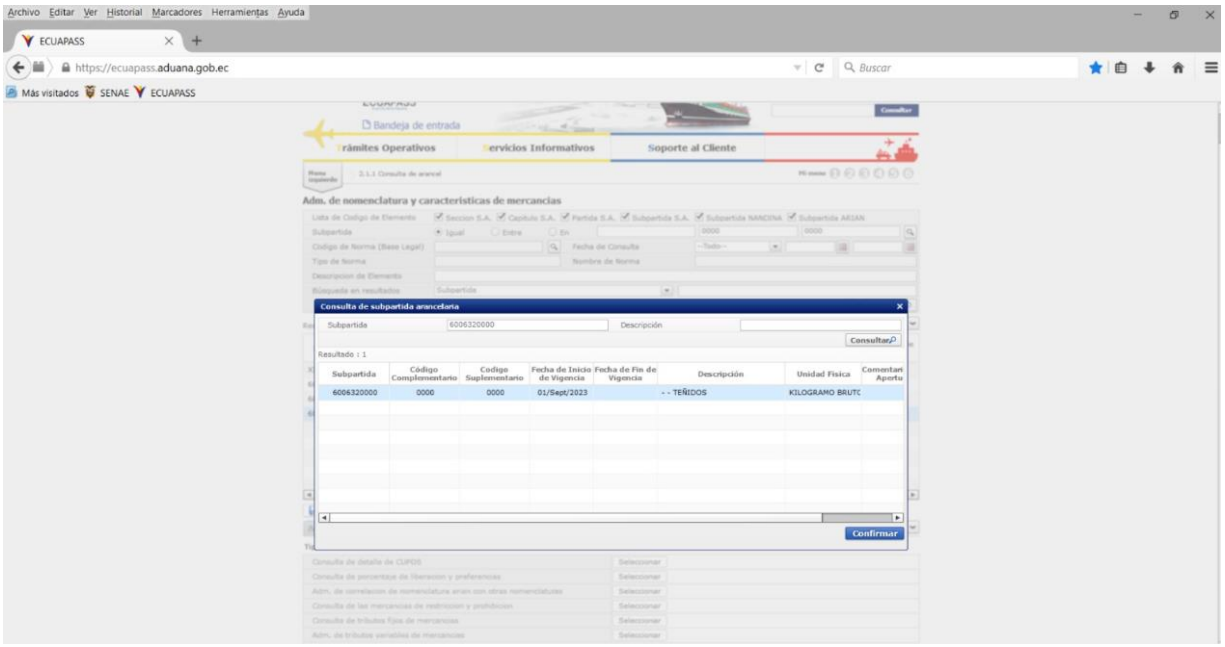
VALOR DE CRITERIO ADICIONAL:
Para el caso de mercancías sujetas al cumplimiento de normas y reglamentos técnicos, se eximirá la obtención del Certificado de Reconocimiento como documento de soporte de la declaración aduanera, a las mercancías cuyas subpartidas arancelarias sean importadas hasta por un monto de dos mil 00/100 dólares FOB (US$ 2.000,00 FOB) mensuales, EXCEPTO para el caso de TEXTILES, CONFECCIONES y CALZADO, que no se sujetarán a dicha limitación del valor. (Resolución N 007-2014 COMEX, R.O. 224 del 11 de abril

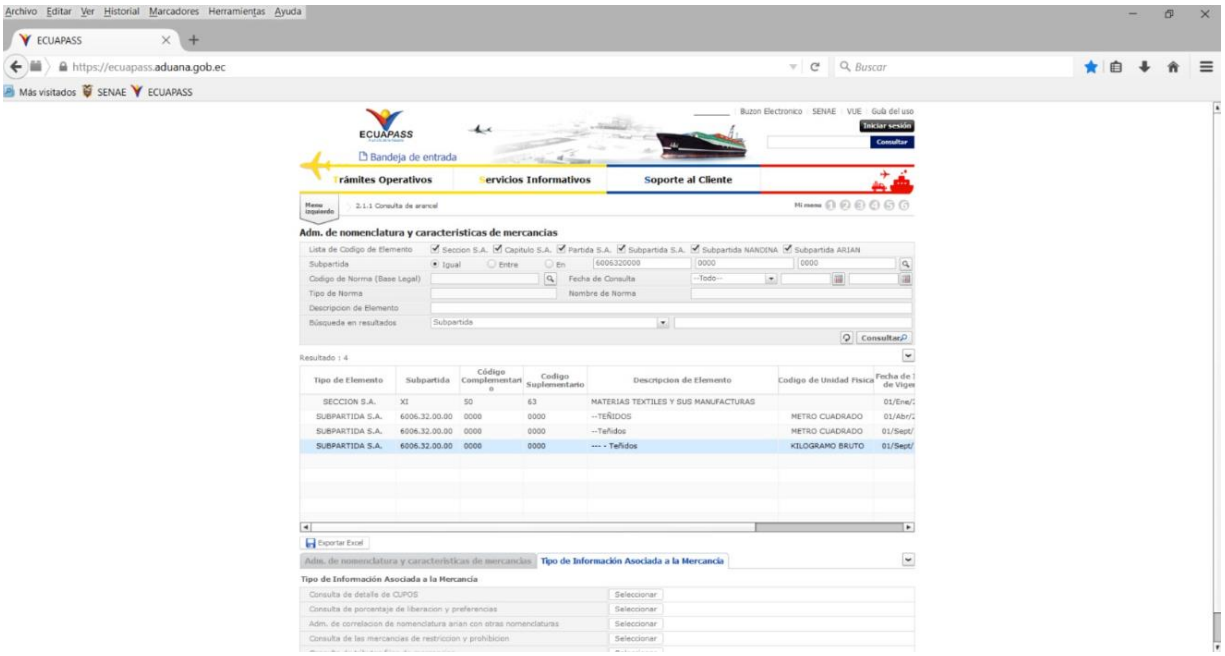
Anexo 2: ECUAPASS

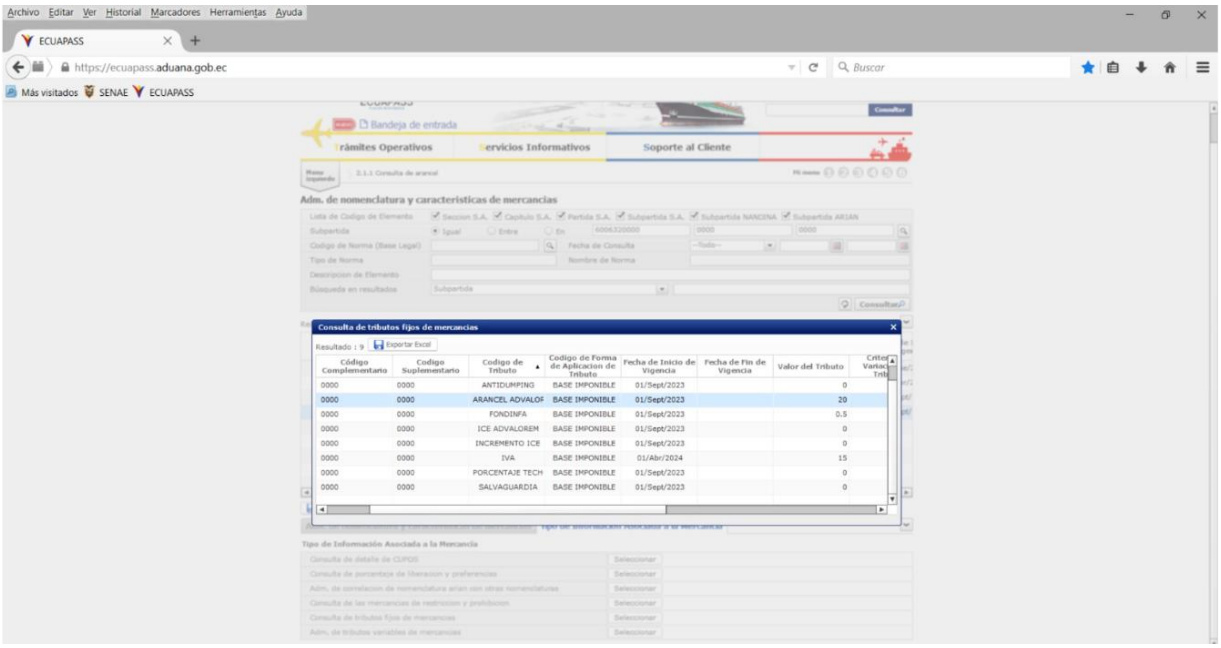





Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda
ECUAPASS
https://ecuapass.aduana.gob.ec
Buscar
Más visitados SENAE ECUAPASS
Bandeja de entrada
rámites Operativos
ervicios Informativos
Soporte al Cliente
Adm. de nomenclatura y caracteristicas de mercancias
Exportar Excel
Código Complementario
Codigo Suplementario
Codigo de Tributo
Codigo de Forma de Aplicacion de Tributo
Fecha de Inicio de Vigencia
Fecha de Fin de Vigencia
Valor del Tributo
0000 0000 ANTIDUMPING BASE IMPONIBLE 01/Sept/2023 0
0000 0000 FONDINFA BASE IMPONIBLE 01/Sept/2023 0.5
0000 0000 ICE ADVALOREM BASE IMPONIBLE 01/Sept/2023 0
0000 0000 PORCENTAJE TECH BASE IMPONIBLE 01/Sept/2023 0
0000 0000 SALVAGUARDIA BASE IMPONIBLE 01/Sept/2023 0
0000 0000 INCREMENTO ICE BASE IMPONIBLE 01/Sept/2023 0
0000 0000 AEC BASE IMPONIBLE 01/Sept/2023 0
0000 0000 ARANCEL ADVALOF BASE IMPONIBLE 01/Sept/2023 20
Tipo de Información Asociada a la Mercancía


Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda
ECUAPASS
https://ecuapass.aduana.gob.ec
Buscar
Más visitados SENAE ECUAPASS
Bandeja de entrada
rámites Operativos
ervicios Informativos
Soporte al Cliente
Adm. de nomenclatura y caracteristicas de mercancias
Consulta de subpartida arancelaria
Subpartida 6006320000
Descripción
Consultar
Resultado : 1
Subpartida
Código Complementario
Código Suplementario
Fecha de Inicio de Vigencia
Fecha de Fin de Vigencia
Descripción
Unidad Física
6006320000 0000 0000 01/Sept/2023 - - TEÑIDOS KILOGRAMO BRUTO
Confirmar


Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda
ECUAPASS
https://ecuapass.aduana.gob.ec
Más visitados SENAE ECUAPASS
Bandeja de entrada
Trámites Operativos
Servicios Informativos
Soporte al Cliente
Adm. de nomenclatura y caracteristicas de mercancias
Tipo de Información Asociada a la Mercancía


Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda
ECUAPASS
https://ecuapass.aduana.gob.ec
Más visitados SENAE ECUAPASS
Consulta de tributos fijos de mercancias
Exportar Excel

ANEXO 3: Beneficio Arancelario Colombia



ANEXO 4: Entrevista



Entrevista a importador de Insumos Textiles -Ambato

Objetivo General: Identificar los procesos, dificultades y criterios de los importadores textiles de la ciudad de Ambato considerando su incidencia en el abastecimiento, costos, calidad y competitividad del sector

Instrucciones:

- Responda cada pregunta con la mayor claridad posible, proporcionando ejemplos, estudios de caso o detalles específicos cuando sea.
- La entrevista tomará aproximadamente entre 30 y 45 minutos.
- Los datos recopilados serán utilizados exclusivamente con fines académicos, en el desarrollo de una investigación relacionada al sector textil y sus procesos de importación en la ciudad de Ambato.
- Con su consentimiento, esta entrevista podrá ser grabada para facilitar la transcripción y análisis de las respuestas.

Nombre:

Cargo:

Empresa:

Años de experiencia:

Guía de la entrevista:

1. ¿Qué insumos textiles representan mayor frecuencia en su importación?
2. ¿Cuáles son los países de los que importa principalmente?
3. ¿De los países nombrados, cual en su criterio son los mejores en relación a telas?

Documentación

4. ¿Cuáles son los principales requisitos para importar textiles a Ecuador?
5. ¿En su experiencia, ¿Cuál considera que son los errores más comunes que las empresas nuevas comenten al importar?

Costos

6. ¿Qué costos se debe considerar antes de importar textiles?

7. En su criterio, que rubro encarece más la importación: ¿aranceles, impuestos o gastos aduaneros? ¿Por qué?

Logística

8. ¿En el momento de la importación, qué riesgos logísticos se pueden presentar? Específicamente en el rubro textil
9. ¿En promedio, cuánto tiempo se demora en arribar una importación a la ciudad de Ambato? ¿Cómo influye este tiempo en la viabilidad financiera?
10. ¿Qué incoterms es el que bajo su criterio es el mejor al momento de importar textiles?

Tratados de Libre comercio:

11. ¿Considera que los TLC representan una ventaja en la importación? ¿Y cómo beneficia al rubro de textiles?
12. ¿Se podría encontrar una influencia directa en la reducción de costos? ¿Cómo?

Proveedores

13. ¿De qué países importa principalmente sus insumos? y por qué los elige?
14. ¿Qué aspectos considera para seleccionar a un proveedor internacional?
15. ¿Ha tenido dificultades con proveedores extranjeros?

Opinión

16. ¿Qué ventaja encuentra entre los textiles importados frente a los nacionales?
17. ¿Considera que estos insumos mejoran la competitividad de las empresas textiles de Ambato?
18. Desde su experiencia, ¿considera que resulta viable importar directamente insumos textiles para crear una marca deportiva en ecuador?
19. ¿Qué recomendación daría usted sobre la situación actual sobre el proceso importación?

Pontificia Universidad Católica del Ecuador | Sede Ambato

Entrevista a Distribuidores de textiles e insumos en Ambato

Objetivo General: Recolectar información cualitativa sobre la comercialización, disponibilidad, demanda y la realidad actual del sector textil en la ciudad de Ambato

Instrucciones:

- Responda cada pregunta con la mayor claridad posible, proporcionando ejemplos, estudios de caso o detalles específicos cuando sea.
- La entrevista tomará aproximadamente entre 30 y 45 minutos.
- Los datos recopilados serán utilizados exclusivamente con fines académicos, en el desarrollo de una investigación relacionada al sector textil y sus procesos de importación en la ciudad de Ambato.
- Con su consentimiento, esta entrevista podrá ser grabada para facilitar la transcripción y análisis de las respuestas.

Datos Generales

Nombre del entrevistado:

Nombre del establecimiento:

Cargo:

GUÍA DE PREGUNTAS

Caracterización del negocio

1. ¿Cuántos años lleva usted en el negocio de la distribución y venta de telas?
2. ¿Qué tipo de textiles comercializa con mayor frecuencia?

Origen de Insumos

3. ¿Las telas que comercializa son principalmente nacionales o importadas?
4. ¿En el caso de las importadas, conoce de que país proviene con mayor frecuencia?
5. ¿Qué diferencias podrías citar entre las telas nacionales e importadas?
6. ¿Cuál prefiere en cliente, la nacional o extranjera?
7. ¿Cuáles ha sido las limitaciones que ha encontrado en su sector de la distribución y comercialización de textiles? Precios/ escasez/ tiempos de entrega/ dependencia de proveedores o transporte

Costos y Disponibilidad

8. ¿Ha notado cambios recientes en los precios de las telas? ¿A qué factores considera que se debe?
9. ¿Considera que los costos de las telas importadas afectan directamente a los confeccionista o emprendedores que desean marca propia?

Calidad y características

10. ¿Qué características ha notado que buscan los clientes al momento de comprar telas para prendas deportivas?
11. ¿Qué tan importante es la calidad de la materia prima para que una prenda sea aceptada por el consumidor ecuatoriano?
12. ¿Considera que el consumidor ecuatoriano es capaz de distinguir entre una prenda elaborada con tela de mayor calidad que una elaborada con una estándar?

ANEXO 5: Encuesta



Encuesta a productores de prendas deportivas

Objetivo General: Conocer la percepción de los fabricantes y confeccionistas del sector textil de Ambato sobre viabilidad de la confección de prendas deportivas mediante el uso de insumos importados.

Instrucciones:

- Lea y responda cada pregunta con la mayor claridad posible
- La encuesta tomará aproximadamente entre 10 -15 minutos.
- Los datos recopilados serán utilizados exclusivamente con fines académicos, en el desarrollo de una investigación relacionada al sector textil y sus procesos de importación en la ciudad de Ambato.

Datos Generales

1. Nombre de la empresa o taller:
2. Años de experiencia en el sector
3. Tipo de prendas que fabrica
4. Tamaño del negocio: Micro ☐ Pequeño ☐ Mediano ☐
5. Principal forma de abastecimiento: Distribuidor nacional ☐ Importación directa ☐ Otro ☐

Preguntas:

Usando la siguiente escala responda las preguntas:

1- Totalmente en desacuerdo
2- En desacuerdo
3- Neutral
4- De acuerdo
5- Totalmente de acuerdo

1. La compra de insumos textiles importados permite acceder a una mayor variedad de telas para la confección.

1	2	3	4	5

2. Las prendas técnicas y athleisure representan una oportunidad de crecimiento para el sector textil

1	2	3	4	5

3. Los distribuidores locales ofrecen materia prima de calidad constante

1	2	3	4	5

4. La calidad de la tela influye directamente en la aceptación de una prenda deportiva por parte del consumidor

1	2	3	4	5

5. El comprador ecuatoriano es capaz de percibir una diferencia clara entre una prenda elaborada con insumos importados y una elaborada con insumos nacionales

1	2	3	4	5

6. El costo de la materia prima es uno de los factores que más influye en la producción y el precio final de la prenda

1	2	3	4	5

7. Trabajar con insumos importados puede ser conveniente si estos mejoran la calidad, funcionalidad o diferenciación del producto final.

1	2	3	4	5

8. El uso de insumos importados puede ser conveniente para mejorar la producción de prendas deportivas

1	2	3	4	5

9. El diseño y la estética de las prendas deportivas influyen en el posicionamiento de una marca

1	2	3	4	5

10. La funcionalidad de las prendas deportivas (comodidad, elasticidad, transpirabilidad) ayuda al posicionamiento de marca.

1	2	3	4	5

11. Una marca deportiva ecuatoriana puede competir con productos extranjeros si ofrece calidad, diseño y precio adecuado

1	2	3	4	5

Anexo 6*:* Correlación de Pearson

Correlaciones

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
P1	Correlación de Pearson	1	-,051	-,274	-,244	-,226	-,114	-,274	-,055	-,183	,064	-,175
	Sig. (bilateral)		,856	,324	,381	,418	,685	,324	,847	,514	,820	,533
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P2	Correlación de Pearson	-,051	1	,094	,181	,513	,418	,421	,351	,306	,352	,397
	Sig. (bilateral)	,856		,738	,519	,051	,121	,119	,199	,268	,198	,143
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P3	Correlación de Pearson	-,274	,094	1	,200	,257	,183	,095	,139	,104	,018	,199
	Sig. (bilateral)	,324	,738		,475	,356	,513	,737	,621	,713	,949	,478
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P4	Correlación de Pearson	-,244	,181	,200	1	,551*	,452	,546*	,331	,370	,016	,177
	Sig. (bilateral)	,381	,519	,475		,033	,091	,035	,228	,174	,954	,528
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P5	Correlación de Pearson	-,226	,513	,257	,551*	1	,894**	,738**	,691**	,821**	-,136	,254
	Sig. (bilateral)	,418	,051	,356	,033		,000	,002	,004	,000	,630	,361
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P6	Correlación de Pearson	-,114	,418	,183	,452	,894**	1	,831**	,930**	,910**	-,182	,342
	Sig. (bilateral)	,685	,121	,513	,091	,000		,000	,000	,000	,515	,212
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P7	Correlación de Pearson	-,274	,421	,095	,546*	,738**	,831**	1	,836**	,727**	,018	,571*
	Sig. (bilateral)	,324	,119	,737	,035	,002	,000		,000	,002	,949	,026
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P8	Correlación de Pearson	-,055	,351	,139	,331	,691**	,930**	,836**	1	,839**	-,196	,535*
	Sig. (bilateral)	,847	,199	,621	,228	,004	,000	,000		,000	,484	,040
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P9	Correlación de Pearson	-,183	,306	,104	,370	,821**	,910**	,727**	,839**	1	-,219	,299
	Sig. (bilateral)	,514	,268	,713	,174	,000	,000	,002	,000		,432	,279
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P10	Correlación de Pearson	,064	,352	,018	,016	-,136	-,182	,018	-,196	-,219	1	-,105
	Sig. (bilateral)	,820	,198	,949	,954	,630	,515	,949	,484	,432		,710
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
P11	Correlación de Pearson	-,175	,397	,199	,177	,254	,342	,571*	,535*	,299	-,105	1
	Sig. (bilateral)	,533	,143	,478	,528	,361	,212	,026	,040	,279	,710	

Anexo 7: Ficha Técnica 6004.10.00.00

INFORMACIÓN TÉCNICA				
BASE: 33723			**TEJIDO: Tejido Punto**	
ANCHO		157 ± 3	cm	ASTM D3774
ANCHO CORTABLE		156 ± 3	cm	ASTM D3774
PESO (MASA/UNIDAD DE AREA)(*A)		220 ± 10	g/m2	ASTM D3776-20 OPC.C
FACTOR DE PROTECCION UPF (SECO)	Min	50.00	UPF	AATCC 183
COLUMNAS		26 ± 2	hilo/cm	ASTM D8007
COMPOSICIÓN :	15.00 % LYCRA 85.00 % FILAMENTO DE POLIESTER			

TECNOLOGÍA			USOS	
NOMBRE	DESCRIPCION	NORMA		
Antimanchas de sudor	Colores desarrollados con alta tecnología que evita la decoloración del textil al contacto con el sudor.	AATCC 15-2021E	CAMISETAS, PLAYERAS	
Elasticidad stretch	Permite la elongación y recuperación del textil para brindar más libertad de movimiento.	ASTM D6614	CAMISTAS, PLAYERAS	
			PANTALONES, PANTS	
STANDARD 100	Base certificada por OEKO-TEX STD 100		PANTALONETAS, SHORTS	
Secado rápido	Tecnología que permite la evaporación del agua y el secado rápido del textil.	AATCC 197-2022 / AATCC 198 / AATCC 199 / AATCC TM79-2010E2 (2018)E2 OPC	VESTIDOS DE BANO	

Anexo 8: Ficha Técnica 6006.32.00.00

INFORMACIÓN TÉCNICA			
BASE: 33615		**TEJIDO: Tejido Punto**	
ANCHO	163 ± 3	cm	ASTM D3774
ANCHO CORTABLE	161 ± 3	cm	ASTM D3774
PESO (MASA/UNIDAD DE AREA)(*A)	224 ± 12	g/m2	ASTM D3776-20 OPC.C
COLUMNAS	18 ± 2	hilo/cm	ASTM D8007
COMPOSICIÓN :	100.00 % FILAMENTO DE POLIESTER		

TECNOLOGÍA			USOS	
NOMBRE	DESCRIPCION	NORMA		
*PROTECCIÓN SOLAR	Tecnología que evita el paso de los rayos UV, actuando como un escudo protector de la piel.	AATCC 183	SUDADERAS	
*LIBERTAD DE MOVIMIENTO	Tecnología que permite la **elongación y recuperación del textil** para brindar mayor libertad de movimiento.	ASTM D6614		
*TÉRMICO	Tecnología que actúa como **aislante térmico** permitiendo mantener estables los niveles de temperatura del cuerpo.	ASTM D1777		

BENEFICIOS

- Base con buen peso y espectacular apariencia.
- Base con certificación OEKO-TEX STD 100.
- Base perchada con excelente tacto y apariencia, ideal para colegios y uniformes en general.
- Base que mantiene la temperatura del cuerpo aportando calidez, comodidad, transpirabilidad y elasticidad para mejor desempeno.
- Gracias a la tecnologia de proteccion solar, protege al usuario final contra los rayos UV, con factor de proteccion UPF 50.
- Lafayette identifica el derecho de la tela con el fin de informar a sus clientes el lado que ha sido inspeccionado y testeado, ademas, es el lado sugerido para realizar los procesos de confeccion.

Anexo 9: Sistema Arancel –China

Dato	Liquidado	Liberado	A Pagar
Arancel Advalorem:	3629.01	0.00	3629.01
Arancel Específico:	0.00	0.00	0.00
ICE Advalorem:	0.00	0.00	0.00
ICE Específico:	0.00	0.00	0.00
IVA:	3279.72	0.00	3279.72
Fodinfa:	90.73	0.00	90.73
Tasa de Control:	0.00	0.00	0.00
Impsto.Redimible:	0.00	0.00	0.00
ISD:	0.05	0.00	0.05
TOTALES:	**6999.50**	**0.00**	**6999.50**

Anexo 10: Sistema Arancel - Colombia

